

Bedarfsanalyse und Konzeptentwicklung eines „Research Services“ der Bibliothek der WHU für Unternehmensgründer unter den Alumni der Hochschule

Bachelorarbeit

Angewandte Informationswissenschaft

Fakultät für Informations- und Kommunikationswissenschaften

Technische Hochschule Köln

Vorgelegt von:

Julia Grefkes

Am 29.08.2017 bei Frau Prof. Seidler-de Alwis

Technology
Arts Sciences
TH Köln

Kurzbeschreibung/ Abstract:

Startup-Gründer stehen beim Aufbau ihres Unternehmens vor vielen Herausforderungen, die unterschiedlichste Themengebiete betreffen. Neben der Faszination und Motivation für ihre Idee besteht in vielen Themenbereichen ein hoher Informationsbedarf, welchen sie oftmals nicht decken können, sodass ihnen wichtige Entscheidungsgrundlagen fehlen. Vor diesem Dilemma stehen auch die Unternehmensgründer unter den Alumni der WHU – Otto Beisheim School of Management, die sich mit ihrem Informationsbedarf auch an die Bibliothek der Hochschule wenden. Auf Basis einer Online-Befragung zum Informationsbedarf der Unternehmensgründer unter den Alumni der WHU wird ein Abgleich mit dem Informationsangebot der Bibliothek der WHU erstellt. Die Ergebnisse dieser Analyse bilden die Grundlage für einen mehrstufigen Konzeptvorschlag, der von allgemeinen, passiven Maßnahmen über Hilfe zur Selbsthilfe bei der Informationssuche bis zu einem persönlichen Rechterservice auf die spezifischen Bedürfnisse von Unternehmensgründern ausgerichtet ist. Der praxisorientierte Konzeptvorschlag dieser Arbeit soll die Bibliothek der WHU – Otto Beisheim School of Management in die Lage versetzen, ihre Informationskompetenz besser vermitteln und den Informationsbedarf der Unternehmensgründer spezifisch und zielgerichtet erfüllen zu können.

Schlagworte: Unternehmensgründer, Startup-Gründer, WHU – Otto Beisheim School of Management, Informationsbedarf, Research Service

*

Founders of start-up companies face multiple challenges while setting up their organization. They have an information demand in a multitude of topics besides their fascination and motivation for new ideas. This demand cannot be fulfilled in many cases which may have a negative influence on their decision process. Company founders amongst the alumni of WHU – Otto Beisheim School of Management face the same dilemma which they try to overcome by addressing their demand to the library of WHU. The demand of company founders will be analyzed based on an online survey and the findings will be matched with the library's portfolio of information sources. These results will be the basis for a concept proposal in different levels. It will start with general measures going to capacity building activities regarding the information research and finally leading to an individual research service explicitly focusing on the demand of founders of start-up companies. The practical attitude of the concept proposal shall enable the library of WHU to impart its information literacy more efficiently and to address the founders' information need more intrinsic and purposefully.

Keywords: company founders, founders of start-up companies, WHU – Otto Beisheim School of Management, information demand, research service

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	II
Abbildungsverzeichnis	V
Tabellenverzeichnis	VI
1. Einleitung	1
1.1. Einführung in die Themen- und Problemstellung	2
1.2. Ziel, Aufbau und methodische Vorgehensweise der Arbeit	3
2. Begriffsdefinitionen	4
3. Aktivitäten von Bibliotheken	6
3.1. Ausgewählte Bibliotheksdienstleistungen	6
3.2. Unterstützung von Gründern durch Bibliotheken	8
4. Die WHU - Otto Beisheim School of Management	11
4.1. Ausbildungsschwerpunkt und Gründergeist der WHU	12
4.2. Informationsangebot der Bibliothek der WHU	13
5. Befragung zum Informationsbedarf von Gründern unter den Alumni der WHU ..	23
5.1. Aufbau der Online-Befragung	23
5.2. Zielgruppe und Durchführung der Online-Befragung	27
5.3. Einschränkungen der Online-Befragung	29
6. Auswertung der Online-Befragung – Bedarfsanalyse der Alumni	30
7. Abgleich von Bibliotheksbestand und Informationsbedarf	44
8. Konzeptvorschlag eines Research Services für die Bibliothek der WHU	47
9. Fazit	55
Literaturverzeichnis	57
Anhang	64

Abkürzungsverzeichnis

AACSB	Association to Advance Collegiate Schools of Business
ABI/Inform	Eigenname einer Datenbank von ProQuest
AG	Arbeitsgemeinschaft
AGBPH	AG Bibliotheken privater Hochschulen
B2B	Business-to-Business
BSc	Bachelor of Science
Bsp.	Beispiel
BWL	Betriebswirtschaftslehre
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
CRSP	Center for Research in Security Prices
CUSIP	Committee in Uniform Security Identification Procedures
d.h.	das heißt
dbv	Deutscher Bibliotheksverband
DFG	Deutsche Forschungsgemeinschaft
DIHK	Deutscher Industrie- und Handelskammertag
DMEF	Direct Marketing Educational Foundation
Dr. h.c. mult.	Doctor honoris causa multiplex (Ehrendoktor)
Dr. rer. pol.	Doctor rerum politicarum (Doktor der Staatswissenschaften)
Dr.	Doktor
ebd.	ebenda
EBSCO	Elton Bryson Stephens Company
EBSLG	European Business School Librarians' Group
EconBiz	Eigenname einer Datenbank der ZBW

EDS	EBSCO Discovery Service
EQUIS	European Quality Improvement System
et. al.	et alia (und andere)
EU	Europäische Union
EZB	Elektronische Zeitschriften Bibliothek
f.	folgende
F.A.Z.	Frankfurter Allgemeine Zeitung
ff.	fortfolgende
FIBAA	Foundation for International Business Administration Accreditation
Fred	Federal Reserve Economic Data
FT	Financial Times
Hrsg.	Herausgeber
IBM	International Business Machines
IHK	Industrie- und Handelskammer
IMF (IWF)	International Monetary Fund (Internationaler Währungsfond)
JSTOR	Journal Storage
KfW	Kreditanstalt für Wiederaufbau
KVK	Karlsruher Virtueller Katalog
LBZ	Landesbibliothekszentrum
LoC	Library of Congress
LSE	London School of Economics and Political Science
MaRS	Medical and Related Sciences
MBA	Master of Business Administration
MSc	Master of Science
n	Anzahl der Antworten/ Stichprobe

o.J.	ohne Jahr
OECD	Organisation for Economic Cooperation and Development
OPAC	Online Public Access Catalogue
OTC Markets	Over-The-Counter Markets
Prof.	Professor
RePEc	Research Papers in Economic
S.	Seite
vgl.	vergleiche
SDC Platinum	Eigenname einer Datenbank von Thomson Reuters
SOL	Sustainable Organization Library
SPSS	Eigenname eines Statistik-Programms von IBM
SSRN	Social Science Research Network
UK	United Kingdom
UNLV	University Nevada Las Vegas
USA	United States of America
Vol.	Volume
WHU	Wissenschaftliche Hochschule für Unternehmensführung
WISO	Eigenname einer Datenbank von Genios
WRDS	Wharton Research Data Service
WU	Wirtschaftsuniversität
z.B.	zum Beispiel
ZBW	Deutsche Zentralbibliothek für Wirtschaftswissenschaften
ZDB	Zeitschriftendatenbank

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Anzahl der Gründer in Deutschland (2000-2016)	1
Abbildung 2: „Gründungsradar 2016“ – Ausschnitt: Übersicht kleine Hochschulen..	13
Abbildung 3: Geschlossene Frage	24
Abbildung 4: Halboffene Frage – Einfachantwort + offene Antwortkategorie	25
Abbildung 5: Halboffene Frage – Mehrfachantwort + offene Antwortkategorie	25
Abbildung 6: Matrixfrage mit Skalenbewertung	25
Abbildung 7: Offene Frage – Platz für Anmerkungen der Teilnehmer	26
Abbildung 8: Plausibilitätscheck und Fehlermeldung (hier: unsinniges Geburtsjahr)	26
Abbildung 9: Frage 2 – Wann planen Sie Ihr Unternehmen zu gründen?	31
Abbildung 10: Frage 3 – Wann haben Sie Ihr Unternehmen gegründet?	31
Abbildung 11: Frage 5a – Welches Land ist Ihr Zielmarkt?	32
Abbildung 12: Frage 12 – Informationsbedarf	35
Abbildung 13: Frage 13a – spezifischer Informationsbedarf vor der Gründung	36
Abbildung 14: Frage 13b – spezifischer Informationsbedarf während der Gründung	37
Abbildung 15: Frage 13c – spezifischer Informationsbedarf nach der Gründung	38
Abbildung 16: Frage 14 – Erfahrungen bei der Informationssuche.....	39
Abbildung 17: Frage 18 – Informationsangebote	41
Abbildung 18: Frage 19 – Beratungsleistungen.....	41
Abbildung 19: Stufenkonzept Research Service für die Bibliothek der WHU	48

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht Bibliotheksbestand Intranet der WHU (myWHU)	14
Tabelle 2: Übersicht Books and Articles – „Library Stock“	14
Tabelle 3: Übersicht Books and Articles – „eBooks & article full-text resources“	15
Tabelle 4: Übersicht Books and Articles – „Newspaper & journals“	17
Tabelle 5: Übersicht Books and Articles – „Bibliographies & other resources“	18
Tabelle 6: Übersicht Books and Articles – „Library catalogues“	19
Tabelle 7: Übersicht Databases – „Citation indexes“	19
Tabelle 8: Übersicht Databases – „Statistical data“	20
Tabelle 9: Übersicht Databases – „Business & economics databases“	21
Tabelle 10: Output SPSS – Sprachauswahl	30
Tabelle 11: Output SPSS – Frage 1	30
Tabelle 12: Output SPSS – Frage 4	32
Tabelle 13: Output SPSS – Frage 5b	33
Tabelle 14: Output SPSS – Frage 6	33
Tabelle 15: Output SPSS – Frage 8	34
Tabelle 16: Übersicht – Bestand und Bedarf der Informationsangebote	45

1. Einleitung

In vielen Berichten und Pressemitteilungen wird über den Unternehmergeist und die Startup-Szene in Deutschland berichtet. Unternehmensgründer begeistern durch ihren Ideenreichtum und ihre Einsatzbereitschaft, neue Angebote für Kunden zu schaffen und die Wirtschaftskraft eines Landes zu stärken. Mit 672.000 Gründern in 2016 wird ein hohes Niveau an Gründungen erreicht, aber der Trend für neue Startup-Aktivitäten ist in Deutschland in den letzten Jahren rückläufig (siehe Abbildung 1).¹

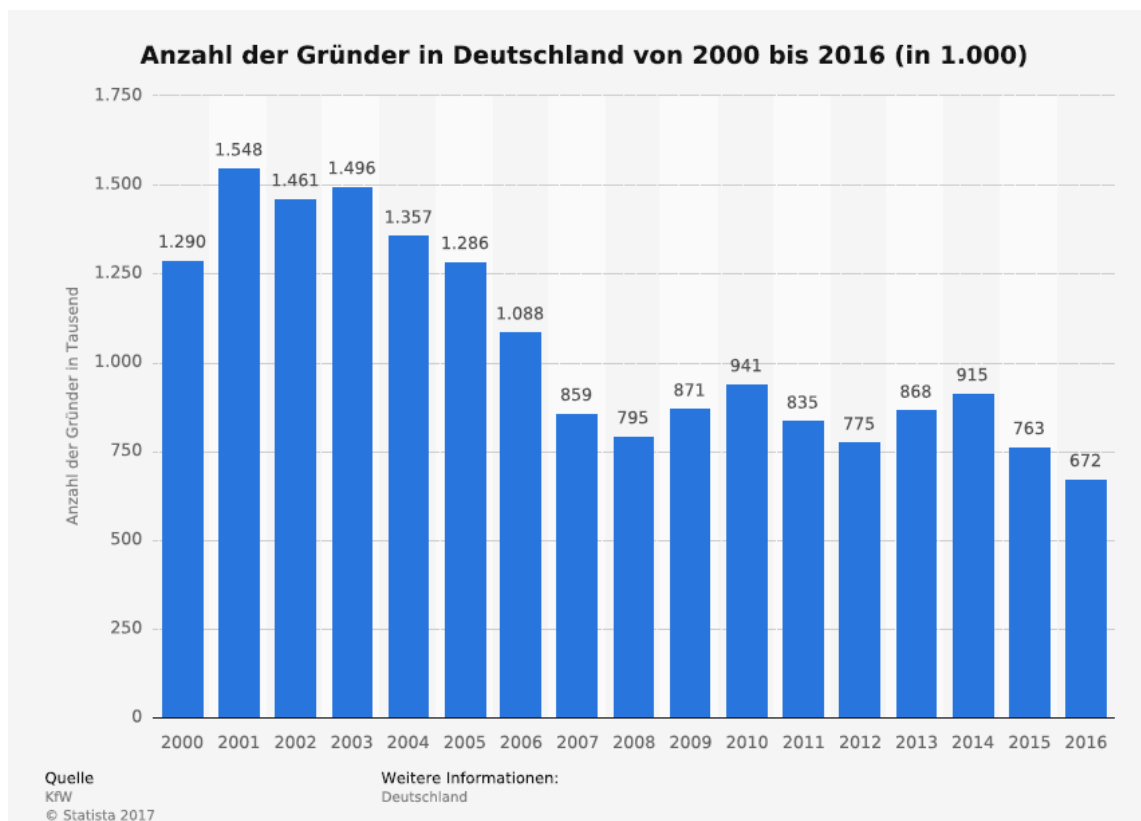


Abbildung 1: Anzahl der Gründer in Deutschland (2000-2016)²

Um dieser Entwicklung entgegen zu wirken, fordert der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) von der Politik, neben einem Bürokratieabbau für Startup-Unternehmer, unter anderem eine frühzeitige Förderung des Unternehmergeistes an deutschen Schulen und Hochschulen.³

¹ Vgl. Statista (2017): KfW – Anzahl der Gründer in Deutschland von 2000 bis 2016 (in 1.000), <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/183869/umfrage/entwicklung-der-absoluten-gruend-erzaehlen-in-deutschland/>, abgerufen am 25.08.2017.

² Ebd.

³ Vgl. Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V. (2017): Talfahrt mit Lichtblicken – DIHK-Gründerreport 2017, S. 4f.

Ein gutes Beispiel für die Förderung von Unternehmertum und Gründergeist ist die WHU - Otto Beisheim School of Management in Vallendar bei Koblenz (im Folgenden WHU genannt). Neben den vielfältigen Studienangeboten zu Managementthemen der Hochschule ist die Bibliothek der WHU ein wichtiger Baustein bei der Informationsbereitstellung für die Themenbereiche des Unternehmertums. Die Bibliothek möchte nicht nur die Studierenden mit ihrem Informationsangebot unterstützen, sondern sich auch stärker auf die Unternehmensgründer unter den Absolventen der WHU ausrichten. Hierzu kann eine Bibliothek die Recherchefähigkeiten eines Informationsspezialisten/Bibliothekars nutzen, Märkte, Unternehmen und weitere gründungsrelevante Themen zu überblicken und nach individuellen Bedürfnissen zu durchsuchen.⁴

Um den Informationsbedarf von Startup-Gründern unter den Absolventen der Hochschule besser einschätzen zu können, wird dieser im Rahmen der vorliegenden Bachelorarbeit untersucht und mit Hilfe der Ergebnisse ein Konzept für einen Research Service an der Bibliothek der WHU erarbeitet.

1.1. Einführung in die Themen- und Problemstellung

An der Bibliothek der WHU wird eine steigende Anzahl an Informationsanfragen von Unternehmensgründern unter den Alumni der Hochschule festgestellt.⁵ Aktuell ist das Informationsangebot der Bibliothek nur auf die eingeschriebenen Studierenden ausgerichtet. Die Bibliothekszugänge für Alumni der Hochschule sind stark eingeschränkt.

In der vorliegenden Arbeit wird ermittelt, wie hoch der Informationsbedarf ist und welche Themenschwerpunkte von besonderem Interesse für die Unternehmensgründer sind. Ferner wird abgeglichen, ob das Informationsangebot der Bibliothek den Informationsbedarf der Unternehmensgründer decken kann. Abschließend wird geprüft, welche Maßnahmen den Unternehmensgründern angeboten werden können und unter welchen Bedingungen ein Research Service realisierbar ist.

⁴ Vgl. Hill, Michael (o.J.): The Role of Research in Venture Capital Investing, Special Libraries Association, <https://www.sla.org/career-center/the-role-of-research-in-venture-capital-investing/>, abgerufen am 13.08.2017.

⁵ Vgl. Gespräch (Telefonat) mit Herrn Uwe Böttcher, Director Library WHU, am 23.02.2017.

1.2. Ziel, Aufbau und methodische Vorgehensweise der Arbeit

Ziel dieser Arbeit ist es, den Informationsbedarf der Unternehmensgründer unter den Alumni der WHU zu ermitteln und mit diesen Erkenntnissen, ein Konzept für einen Research Service der Bibliothek der WHU zu entwickeln.

Zunächst werden die wichtigsten Begriffe für das Verständnis der Arbeit definiert. Anschließend erfolgt eine grundlegende Vorstellung ausgewählter Bibliotheksdienstleistungen. In Verbindung mit der Vorstellung der WHU wird der Bibliotheksbestand der Hochschule analysiert. Daraufhin ermittelt eine Befragung den Informationsbedarf der Startup-Gründer unter den Alumni der WHU. Im Anschluss stellt der Abgleich von Bibliotheksbestand und Informationsbedarf der Gründer die Grundlage für die Entwicklung eines Konzeptvorschlags für das zukünftige Angebot der Bibliothek der WHU dar. Abschließend stellen die gewonnenen Ergebnisse ein Konzept für einen Research Service dar, mit dem die Bibliothek das Angebot auf die Unternehmensgründer unter den Alumni der WHU ausweiten kann.

Die Bedarfsanalyse wird im Rahmen einer Online-Befragung über das Befragungstool Unipark durchgeführt und über die Alumni-Organisation der WHU „In Praxi“ verbreitet. Die Online-Marktforschung ist heute die am häufigsten genutzte Marktforschungsmethode und bietet folgende Vorteile: eine hohe Akzeptanz, eine hohe Auskunftsbereitschaft, geringe bis keine Kosten pro Interview, eine hohe Rücklaufgeschwindigkeit, die Möglichkeit komplexe Filter anzuwenden sowie eine zeitliche Freiheit der Teilnehmer, wodurch auch die Teilnahmebereitschaft allgemein höher ist als bei anderen Formen der Marktforschung.⁶ Außerdem sind über eine online-basierte Befragung Daten schnell verfügbar, auswertbar und verwendbar.⁷

Zusätzlich werden Expertengespräche mit Professoren der WHU durchgeführt, um deren Einschätzungen zum Bedarf der Unternehmensgründer zu ermitteln und die Befragung zum Informationsbedarf hierdurch zu stützen. Zudem unterstreichen viele Gespräche mit Mitarbeitern der WHU, ihrer Bibliothek, der

⁶ Vgl. Theobald, Axel (2017): Praxis Online-Marktforschung – Grundlagen – Anwendungsbereiche – Durchführung, S. 16-25.

⁷ Vgl. Atteslander, Peter (2010): Methoden der empirischen Sozialforschung, S. 167f.

Alumni-Organisation „In Praxi“ und dem WHU Incubator den praktischen Fokus der Arbeit und die praxisnahe Konzeptentwicklung.

2. Begriffsdefinitionen

WHU:

WHU ist die Abkürzung für Wissenschaftliche Hochschule für Unternehmensführung und ist ein Bestandteil des Hochschulnamens WHU - Otto Beisheim School of Management in Vallendar bei Koblenz.⁸ Sie wird in dieser Arbeit als Kurzform für den Titel der Hochschule genutzt.

Alumni:

Der Begriff Alumni (Plural von Alumnus) bezeichnet Absolventinnen und Absolventen einer Bildungseinrichtung, beispielsweise einer Hochschule, und ist ein anderes Wort für Ehemalige.⁹

Unternehmensgründer/ Gründer:

Gründer, sind diejenigen Personen, die bei der formalen Gründung eines Unternehmens „einen erheblichen Einfluss auf die Konzeption der Geschäftsidee“¹⁰ haben und diejenigen, die die formale Gründung des Unternehmens durchführen.¹¹

Im Rahmen dieser Arbeit wird der Begriff Gründer synonym mit den Begriffen Startup-Gründer und Unternehmensgründer verwendet.

Startup:

Startup-Unternehmen sind laut Gabler Wirtschaftslexikon „junge, noch nicht etablierte Unternehmen, die zur Verwirklichung einer innovativen Geschäftsidee [...] mit geringem Startkapital gegründet werden“.¹²

⁸ Vgl. WHU - Otto Beisheim School of Management (o.J.): Impressum, <https://www.whu.edu/footer/nav/impressum/>, abgerufen am 17.08.2017.

⁹ Vgl. Duden online (o.J.): Alumnus, <http://www.duden.de/node/710880/revisions/1618934/view>, abgerufen am 29.07.2017.

¹⁰ Strauß, Erik (2015): Praxishandbuch Start-up-Management – Von der Idee zum erfolgreichen Unternehmen, S. 13.

¹¹ Vgl. ebd.

¹² Achleitner, A.K. (o.J.): Gabler Wirtschaftslexikon - Start-up-Unternehmen, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/start-up-unternehmen.html>, abgerufen am 15.07.2017.

Zudem bezeichnen Blank und Dorf Startups als Organisationen „auf der Suche nach einem skalierbaren, nachhaltigen, profitablen Geschäftsmodell“.¹³

Entrepreneurship:

Zusätzlich zum Begriff Startup wird in der Literatur zur Gründungsthematik auch häufig die Bezeichnung Entrepreneurship (Unternehmertum) verwendet. Beispielsweise führt Gründerszene.de an, dass Entrepreneurship „die Gründung von Unternehmen basierend auf innovativen Geschäftsideen“¹⁴ beschreibt.

Ferner definiert Kuratko Entrepreneurship als dynamischen Prozess bestehend aus einer Vision, Veränderung und Kreation. Er weist darauf hin, dass im Laufe dieses Prozesses neben der Bereitschaft Risiken einzugehen, Leidenschaft für die Kreation und Entwicklung von neuen Ideen und Lösungen unerlässlich ist.¹⁵

Research Service:

Research ist ein englischer Begriff und bedeutet auf Deutsch Forschung oder Recherche.¹⁶ „Die Recherche [...] ist das gezielte Suchen und Wiederfinden von Dokumentationseinheiten zu einem interessierenden Sachverhalt“.¹⁷

Da der englische Begriff Service im Deutschen für Dienstleistung steht¹⁸, wird im Folgenden der Begriff Research Service als Zusammentragen von Informationen für einen Kunden oder Auftraggeber verstanden. In dieser Arbeit wird er synonym mit der deutschen Übersetzung Rechercheservice verwendet.

¹³ Blank, Steve et. al. (2014): Das Handbuch für Startups – Schritt für Schritt zum erfolgreichen Unternehmen, S. XII und XXI.

¹⁴ Gründerszene Lexikon (o.J.): Entrepreneurship, <https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/entrepreneurship>, abgerufen am 29.07.2017.

¹⁵ Vgl. Kuratko, Donald F. (2017): Entrepreneurship – Theory, Process, Practice, S. 442.

¹⁶ Vgl. Dict.cc Deutsch-Englisch-Wörterbuch (o.J.): research, www.dict.cc/?s=research, abgerufen am 19.08.2017.

¹⁷ Gaus, Wilhelm (2000): Dokumentations- und Ordnungslehre – Theorie und Praxis des Information Retrieval, S. 4.

¹⁸ Vgl. Duden online (o.J.): Service, http://www.duden.de/rechtschreibung/Service_Dienstleistung_Betreuung, abgerufen am 19.08.2017.

3. Aktivitäten von Bibliotheken

Die Informationslandschaft verändert sich durch die zunehmende Digitalisierung. Daher treten immer mehr Kunden an Informationseinrichtungen wie Bibliotheken heran, um neben dem Zugang zu Informationen und Ressourcen auch Anleitung zur richtigen Verwendung der Daten zu erhalten.¹⁹ Ebenso wie eine Vielfalt an Wissen und Recherchefähigkeiten, beinhaltet eine Bibliothek die Kompetenz den wahren Informationsbedarf seiner Kunden aufzudecken.²⁰

Das Landesbibliothekszenrum Rheinland-Pfalz stellt in der Veröffentlichung „Bibliothek 2010 plus – Zukunftsweisende Bibliothekskonzepte“ eine Vision der zukünftigen Bibliotheksarbeit auf. Diese reichen von neuen Bibliothekstechniken über vielfältige Kooperationen und Vernetzungen bis zu einer stärkeren Dienstleistungsstruktur.²¹

Im Folgenden wird eine Auswahl an Bibliotheksdienstleistungen aufgeführt, die einen möglichen Wandel der Bibliotheksarbeit in der Zukunft andeutet.

3.1. Ausgewählte Bibliotheksdienstleistungen

Auskunftsdienst:

Der Auskunftsdienst einer Bibliothek ist die wohl klassischste Form der Dienstleistung. Von der Informationstheke, über das Telefon oder Internet, bis hin zu Schulungen oder Führungen kann die Auskunft oder Beratung über jeden dieser Wege erfolgen.²² Zukünftig steigt die Form der digitalen Auskunft an, die in Form von E-Mail, Webformularen, Chats und Videokonferenzen durchgeführt wird.²³

¹⁹ Vgl. Hirsh, Sandra (2015): The Transformative Information Landscape – What it means to be an information professional today, in: Hirsh, Sandra (Hrsg.): Information Services Today – An Introduction, S. 3.

²⁰ Vgl. Leavitt, Laura L.; Hamilton-Pennell, Christine; Fails, Barbara (2012): An Economic Gardening Pilot Project in Michigan: Libraries and Economic Development Agencies Collaborating to Promote Entrepreneurship, in: MacDonald, Karen; Kirkwood, Hal (Hrsg.): Business Librarianship and Entrepreneurship Outreach, S. 53, 62.

²¹ Vgl. Landesbibliothekszenrum Rheinland-Pfalz (2009): Bibliothek 2010 plus – Zukunftsweisende Bibliothekskonzepte, S. 15-17.

²² Vgl. Hilpert, Wilhelm et. al. (2014): Benutzungsdienste in Bibliotheken, in: Gantert, Klaus; Junger, Ulrike (Hrsg.): Bibliotheks- und Informationspraxis, Band 52, S. 229f.

²³ Vgl. Klostermann, Jürgen (2007): Digitale Auskunft in Bibliotheken. Eine vergleichende Evaluation zwischen ausgewählten digitalen Auskunftsverbünden, in: Kölner Arbeitspapiere zur Bibliotheks- und Informationswissenschaft, Band 52, S. 16-20.

Allerdings weist der Auskunftsdienst von Bibliotheken auch Grenzen auf, da diese nicht alle Arten von Anfragen bearbeiten können. Die Beantwortung beschränkt sich meist auf Auskünfte zum Medienbestand und Katalog sowie auch kurze bibliographische Anfragen. Ziel jeder Auskunft und Auskunftsform sollte es sein, Hilfe zur Selbsthilfe zu geben und die Informationskompetenz des Kunden zu stärken, damit er beim nächsten Mal ähnliche Anfragen selber lösen kann.²⁴

Benutzerschulung:

Um die Informationskompetenz der Kunden zu steigern, werden mit Hilfe von Benutzerschulungen den Nutzern die Bibliothek und ihre Inhalte nähergebracht. Dies geschieht sowohl im Bereich der Einweisung in Bibliothekskataloge, Fernleih- und Dokumentlieferungsangebote als auch in das Datenbankangebot. Oftmals findet auch eine Vertiefung in die Rechercheinstrumente der Bibliothek statt, um erste Suchanfragen mit Unterstützung bei Schwierigkeiten zu testen.²⁵

Darüber hinaus gehend werden den Nutzern Bibliotheksführer angeboten, sogenannte „LibGuides“. Diese bieten die Möglichkeit, Zugang zu den Ressourcen der Bibliothek und Unterstützung bei der Recherche zu bekommen, ohne einen Mitarbeiter der Bibliothek um Hilfe bitten zu müssen.²⁶

Research Consultation:

Research Consultation ist eine in den USA verbreitete Form einer individuellen Dienstleistung von Bibliotheken, die aus einem persönlichen, ausführlichen Beratungsgespräch zu einem vereinbarten Termin mit einem Bibliothekar besteht und das vom Kunden gewünschte Thema behandelt. Hierbei wird dem Kunden sowohl Informationskompetenz vermittelt als auch Unterstützung bei der Recherche geboten. Dieser Service stellt somit eine ausführlichere Form des reinen Auskunftsdienstes dar. Zudem ermöglicht dieser durch die feste Terminvereinbarung die Vorbereitung des Bibliothekars und somit die

²⁴ Vgl. Hilpert, Wilhelm et. al. (2014): Benutzungsdienste in Bibliotheken, in: Gantert, Klaus; Junger, Ulrike (Hrsg.): Bibliotheks- und Informationspraxis, Band 52, S. 229, 232.

²⁵ Vgl. ebd. S. 272-275.

²⁶ Vgl. Gilman, Todd (2015): The Learning and Research Institution – Academic Libraries, in: Hirsh, Sandra (Hrsg.): Information Services Today – An Introduction, S. 63f.

spezialisierte Beratung des Kunden mit konkreten Tipps zu Quellen und der allgemeinen Informationssuche.²⁷

Embedded Business Librarian:

Unter dem Begriff „Embedded Business Librarian“ werden Bibliothekare verstanden, die außerhalb der Bibliothek agieren und für Unternehmer wie beispielsweise Startup-Gründer zu Partnern werden.²⁸ Alvarez führt hierbei verschiedene Schritte auf, um den Weg zum „Embedded Business Librarianship“ zu gehen. Diese beruhen vor allem auf dem Bilden von Kontakten, dem Erhöhen der eigenen Reichweite sowie dem Kontakt zu Geschäftspartnern und der Fähigkeit jederzeit vorzutragen, was die Bibliothek anbieten kann.²⁹ Da vor allem die Startup-Szene sehr aktiv ist und im starken Austausch untereinander steht, ist sie der ideale Ansatzpunkt für die Bibliothek. Diese sollte sich hier durch regelmäßige Kommunikation einbringen und herausfinden, wo sie die Unternehmer unterstützen kann und sich dann an diesen Stellen als fester Partner etablieren.³⁰

3.2. Unterstützung von Gründern durch Bibliotheken

Entrepreneurship ist ein präsent Thema der letzten Jahre und ermöglicht Bibliotheken, die Bedürfnisse einer neuen Zielgruppe zu bedienen. Dabei spielen Bibliotheken eine direkte Rolle in der Unterstützung von Unternehmensgründern. Sie bieten die Grundlage für ein gut informiertes Unternehmen und ihren Erfolg. In diesem Fall sollte nicht nur eine Liste mit Ressourcen zu Verfügung gestellt, sondern den Unternehmensgründern auch Informationskompetenz vermittelt und die Recherche von unternehmensrelevanten Informationen nähergebracht werden.³¹

Ein Beispiel hierfür sind die Bibliotheken der Universität Nevada Las Vegas (UNLV). Sie haben ihre Ressourcen und Dienstleistungen auf die

²⁷ Vgl. Guercke, Olaf (2014): „Buchen Sie einen Bibliothekar!“ – Chancen und Risiken der Einführung von Research-Consultation-Dienstleistungen für individuelle Nutzer an deutschen Universitätsbibliotheken, in: Kölner Arbeitspapiere zur Bibliotheks- und Informationswissenschaft, S. 1, 13.

²⁸ Vgl. Alvarez, Barbara A. (2016): Embedded business librarianship for the public library, S. 2f.

²⁹ Vgl. ebd. S. 25-35.

³⁰ Vgl. ebd. S. 38-42.

³¹ Vgl. Hoppenfeld, Jared; Malafi, Elizabeth (2015): Engaging with entrepreneurs in academic and public libraries, Reference Services Review 43, 3, S. 379-399, <https://doi.org/10.1108/RSR-02-2015-0011>, abgerufen am 01.07.2017.

Unternehmensgründer der Umgebung ausgeweitet und Kooperationen mit Gemeinschaftsagenturen geschlossen, um die lokale Entrepreneur-Szene zu unterstützen. Ein wichtiger Startpunkt in der Zusammenarbeit mit Unternehmensgründern ist das Knüpfen von Kontakten auf gesellschaftlichen Veranstaltungen, um bei dieser Gelegenheit die Angebote der Bibliothek zu kommunizieren. Für die Handhabung der UNLV Bibliothek wurde explizit für die Unternehmerngemeinschaft eine schriftliche Anleitung für Dienstleistungen und Ressourcen erstellt. Diese Anleitung hebt Datenbanken und Angebote an Schulungen und Rechercheunterstützung hervor, die für Startups besonders relevant sind.³²

Rechercheservice:

Durch die Ausrichtung auf Unternehmensgründer, verändert sich die Recherche in ihrer Tiefe und Breite vor allem an akademischen Bibliotheken, da auch die Nachfrage nach individuellem und spezialisiertem Wissen steigt. Dies stößt die Erweiterung der Bibliotheksressourcen zu einem breiteren Themenangebot an und zeigt die Bedeutsamkeit von Researchern in Bibliotheken auf.³³

Im Folgenden werden realisierte Beispiele von Rechercheservices vorgestellt:

Die Stadtbibliothek Stuttgart entwickelte einen Recherchedienst, der unter der Bezeichnung „Recherche à la Carte“ personalisierte Dienstleistungen anbietet. Das Angebot umfasst drei Schwerpunkte: Wirtschaftsrecherchen, Recherchen zu deutschen und europäischen Firmeninformationen sowie Artikelrecherchen. Die unterschiedlichen Angebote werden außerdem durch einen Service namens „Informationspaket individuell“ ergänzt, welcher das Zusammenstellen von Informationen zu einem individuellen Thema beinhaltet, begrenzt auf eine maximal zweistündige Recherche.³⁴

³² Vgl. Griffis, Patrick (2015): Academic libraries as community resource partners for entrepreneurs, in: Reference Services Review 43, 3, S. 461-467, <https://doi.org/10.1108/RSR-06-2015-0028>, abgerufen am 28.07.2017.

³³ Vgl. Johnson, Ian M. (2017): The intelligent university library: Developing a more comprehensive option for the researcher, in: Information Development 2017, Vol. 33 (2), S. 219-223.

³⁴ Vgl. Ratzeck, Wolfgang; Schreiber, Carola (2008): Bibliotheksdienstleistungen als Beitrag zur regionalen Standortentwicklung und Wirtschaftsförderung, in: Ratzeck, Wolfgang; Simon, Elisabeth (Hrsg.): Wirtschaftsförderung und Standortentwicklung durch Informationsdienstleistungen. Das unterschätzte Potenzial von Bibliotheken, S. 21-23.

Es ist allerdings anzumerken, dass dieses Angebot aktuell auf der Website der Stadtbibliothek Stuttgart nicht zu finden ist.³⁵

Ferner führen Ratzeck und Schreiber die Zentralbibliothek Herning auf, welche in Dänemark Recherchen zu Exportinformationen, Kundeninformationen, Marktstudien und vielen weiteren Themen anbietet. Die Aufträge der Kunden werden in der Bibliothek selber von einem Expertenteam bearbeitet.³⁶

Zudem ist in Kanada von der Universitätsbibliothek Toronto ein „market intelligence service“ für den „MaRS Discovery District“ etabliert worden. Der MaRS Discovery District ist ins Leben gerufen worden, um jungen Unternehmen eine umfangreiche Infrastruktur zur Verfügung zu stellen, damit diese sich auf die Forschung und Entwicklung für neue Technologien konzentrieren können. Um innovative Unternehmen bei ihrer Arbeit zu unterstützen, sind Bibliothekare der Universitätsbibliothek vor Ort und recherchieren die Anfragen zu den Themen Marktgröße, Marktteilnehmer, Trends, Schutzrechte und Finanzen. Ziel dieser Kooperation ist es, die Informationskompetenz der Bibliothek zu nutzen, um gemeinsam mit dem MaRS Discovery District lokale Unternehmensgründer zu unterstützen und mit passenden Markt- und Unternehmensinformationen zu versorgen.³⁷

³⁵ Vgl. Stadtbibliothek Stuttgart (o.J.): Willkommen auf der Internetseite der Stadtbibliothek Stuttgart, <http://www1.stuttgart.de/stadtbibliothek/>, abgerufen am 23.08.2017.

³⁶ Vgl. Ratzeck, Wolfgang; Schreiber, Carola (2008): Bibliotheksdienstleistungen als Beitrag zur regionalen Standortentwicklung und Wirtschaftsförderung, in: Ratzeck, Wolfgang; Simon, Elisabeth (Hrsg.): Wirtschaftsförderung und Standortentwicklung durch Informationsdienstleistungen. Das unterschätzte Potenzial von Bibliotheken, S. 34f.

³⁷ Vgl. Fitzgerald, Kathryn; Anderson, Laura; Kula, Helen (2012): Embedded Librarians Promote an Innovation Agenda: University of Toronto Libraries and the MaRS Discovery District, in: MacDonald, Karen; Kirkwood, Hal (Hrsg.): Business Librarianship and Entrepreneurship Outreach, S. 31-39.

4. Die WHU - Otto Beisheim School of Management

Die WHU - Otto Beisheim School of Management mit Sitz in Vallendar und Düsseldorf wurde im Jahr 1984 auf Anregung der IHK Koblenz gegründet, um die Ausbildung des betriebswirtschaftlichen Nachwuchszu verbessern.³⁸ Sie ist eine private, staatlich anerkannte Hochschule im Universitätsrang. Die wissenschaftliche Hochschule für Unternehmensführung verfügt über ein internationales Netzwerk, bestehend aus mehr als 195 Partnerhochschulen³⁹, über 160 Unternehmenspartnern und ca. 3500 Alumni weltweit (Stand 2016). Sie ist dreifach akkreditiert über AACSB, EQUIS und FIBAA Systemakkreditierung und als einzige private Hochschule Mitglied der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG).⁴⁰

Die WHU konzentriert sich auf die Ausbildung im Management und bemüht sich hohen Ansprüchen in Lehre, Forschung und Praxis gerecht zu werden. Hierzu bietet die Hochschule folgende Studiengänge und Programme an: Bachelor in internationaler BWL/ Management (BSc), Master in Management (MSc), Master in Finance (MSc), Master in Entrepreneurship (MSc), Full-Time MBA, Part-Time MBA, Executive MBA, Promotion (Dr. rer. pol.) und Executive Education.⁴¹

Namensgeber der Hochschule ist der Metro-Gründer⁴², Förderer und Unterstützer Professor Dr. h.c. mult. Otto Beisheim. Diesem wurde für sein außerordentliches Engagement die höchste Auszeichnung der WHU des Ehrensensors verliehen.⁴³

Im Jahr 2016 waren in den Bachelor- und Master-Programmen der WHU insgesamt 1.450 Studierende eingeschrieben.⁴⁴

³⁸ Vgl. WHU - Otto Beisheim School of Management (o.J.): Geschichte der WHU, <https://www.whu.edu/die-whu/geschichte-der-whu/>, abgerufen am 29.09.2017.

³⁹ Vgl. WHU (2016): Broschüre - WHU's Partner Universities, 10/2016.

⁴⁰ Vgl. WHU (o.J.): WHU im Überblick, <https://www.whu.edu/die-whu/whu-im-ueberblick/>, abgerufen am 29.07.2017.

⁴¹ Vgl. WHU (o.J.): Broschüre - Die WHU im Überblick, 09/2016.

⁴² Vgl. Handelsblatt (2013): Zum Tod von Otto Beisheim – Abschied von Mister Metro, <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/handel-konsumgueter/zum-tod-von-otto-beisheim-abschied-von-mister-metro/7802862.html>, abgerufen am 19.08.2017.

⁴³ Vgl. WHU (o.J.): Professor Dr. h.c. mult. Otto Beisheim – Namensgeber der WHU, <https://www.whu.edu/die-whu/geschichte-der-whu/otto-beisheim/>, abgerufen am 29.07.2017.

⁴⁴ Vgl. WHU (2016): Factsheet WHU, WHU_Fact_Sheet_09_2016.pdf, über: <https://www.whu.edu/die-whu/daten-und-fakten/>, abgerufen am 29.09.2017.

4.1. Ausbildungsschwerpunkt und Gründergeist der WHU

Unternehmertum wird an der WHU großgeschrieben. Neben der Verankerung im Hochschulnamen durch das „U“ für Unternehmensführung, ist das unternehmerische Denken in verschiedenen Studienfächern und Initiativen der Hochschule präsent.⁴⁵ Dies spiegeln vor allem die Lehrstühle für Unternehmertum und Existenzgründung I⁴⁶ und II⁴⁷ oder auch der Master in Entrepreneurship⁴⁸ wider. Das Themengebiet Entrepreneurship bzw. die praktische Handhabung einer Gründung wird im Lehrstuhl für Unternehmertum und Existenzgründung II noch besonders durch den WHU Incubator gestützt. Der Incubator stellt das Gründerzentrum der WHU dar. Er unterstützt gründungsinteressierte Studierende im Verlauf der Entwicklung einer Geschäftsidee und der letztendlichen Unternehmensgründung.⁴⁹

Die WHU bietet das erste Masterprogramm für Entrepreneurship in Deutschland an und verdeutlicht damit die Startup-Orientierung der Hochschule.⁵⁰

Der ausgeprägte Gründungsgeist der WHU wird durch eine hohe Anzahl an Unternehmensgründungen bestätigt, die WHU Absolventen initiieren. Beispiele für erfolgreiche Unternehmensgründungen sind: Backwerk, eDarling, Jobmensa, myToys, Netdoktor oder studiVZ.⁵¹

Viele Absolventen der WHU pflegen auch nach dem Abschluss ihres Studiums einen engen Kontakt zur Hochschule über die Alumni-Organisation „In Praxi“.⁵²

⁴⁵ Vgl. WHU (o.J.): Entrepreneurship an der WHU, <https://www.whu.edu/entrepreneurship/>, abgerufen am 29.07.2017.

⁴⁶ Vgl. WHU (o.J.): Unternehmertum und Existenzgründung I, <https://www.whu.edu/fakultaet-forschung/entrepreneurship-and-innovation-group/unternehmertum-und-existenzgruendung-i/>, abgerufen am 29.07.2017.

⁴⁷ Vgl. WHU (o.J.): Unternehmertum und Existenzgründung II, <https://www.whu.edu/fakultaet-forschung/entrepreneurship-and-innovation-group/unternehmertum-und-existenzgruendung-ii/>, abgerufen am 29.07.2017.

⁴⁸ Vgl. WHU (o.J.): Master in Entrepreneurship, <https://www.whu.edu/programme/master-of-science-programme/master-in-entrepreneurship/>, abgerufen am 29.07.2017.

⁴⁹ Vgl. WHU (o.J.): WHU Incubator, <https://www.whu.edu/fakultaet-forschung/entrepreneurship-and-innovation-group/unternehmertum-und-existenzgruendung-ii/whu-incubator/>, abgerufen am 29.07.2017.

⁵⁰ Vgl. WHU (o.J.): Broschüre - Master in Entrepreneurship (MSc), ohne Jahr.

⁵¹ Vgl. WHU (o.J.): In Praxi – Unternehmer und Gründer, <https://www.whu.edu/alumni/mitglieder/unternehmer-und-gruender/>, abgerufen am 29.07.2017.

⁵² Vgl. Gespräch mit Herrn Alexander Deneke, Office Manager „In Praxi“ – WHU Alumni Association, 02.06.2017.

Zudem ist die WHU in diversen Gründungsnetzwerken Mitglied. Außerdem veranstaltet sie 32 Lehrveranstaltungen mit Bezug zu Entrepreneurship und 19 Veranstaltungen außerhalb des Lehrbetriebs mit diesem thematischen Bezug pro Jahr. Darüber hinaus gehend fördert die Hochschule studentische Initiativen wie zum Beispiel IdeaLab! – „die bekannteste studentisch organisierte Gründerkonferenz Europas“.⁵³ Im Jahr 2016 sind aus 125 Gründungsvorhaben von Studierenden und Alumni der WHU 15 erfolgreiche Gründungen hervorgegangen.⁵⁴ Für ihr Engagement und ihre Leistungen ist die WHU im Jahre 2016 als eine der führenden Universitäten für Gründer vom „Gründungsradar“ im Bereich der kleinen Hochschulen hervorgehoben worden (siehe Abbildung 2).⁵⁵

HOCHSCHULE	ÄNDERUNG GEGENÜBER 2012	PUNKTE					HOCHSCHULINFORMATIONEN		
		Gesamt	Baustein				Studie- rende	techn. HS	EXIST-Förderphase
HHL LEIPZIG GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT*	Δ	11,4 ●	3,0 ●	2,9 ●	2,9 ●	2,6 ●	671		III
WHU – OTTO BEISHEIM SCHOOL OF MANAGEMENT*	ΔΔΔ	11,3 ●	2,9 ●	2,9 ●	2,9 ●	2,6 ●	1.401		III
PRIVATE HOCHSCHULE GÖTTINGEN*	Δ	11,1 ●	3,0 ●	2,8 ●	2,9 ●	2,4 ●	2.353		

Abbildung 2: „Gründungsradar 2016“ – Ausschnitt: Übersicht kleine Hochschulen⁵⁶

4.2. Informationsangebot der Bibliothek der WHU

Die Bibliothek der WHU stellt eine ausgeprägte Forschungs-Infrastruktur für Wissenschaftler und Studenten der WHU zur Verfügung. Sie ist Mitglied folgender Institutionen: „dbv - Deutscher Bibliotheksverband“, „AGBPH - AG Bibliotheken privater Hochschulen“ und „EBSLG - European Business School Librarians' Group“.⁵⁷

Aktuell verfügt die Bibliothek der WHU über einen physischen Bestand von rund 43.000 Medieneinheiten in Form von über 34.000 Büchern, über 7.000 Zeitschriftenbänden, Loseblattwerken und audiovisuelle Medien (Stand: Juni 2017). Diese umfassen vor allem wissenschaftliche Fachliteratur der Wirtschaftswissenschaften aus den Fachbereichen Betriebswirtschaftslehre und

⁵³ WHU (o.J.): IdeaLab!, <https://www.whu.edu/?id=6664>, abgerufen am 29.07.2017.

⁵⁴ Vgl. WHU (o.J.): Entrepreneurship an der WHU, <https://www.whu.edu/entrepreneurship/>, abgerufen am 17.08.2017.

⁵⁵ Vgl. Frank, Andrea; Krempkow, René; Mostovova, Elena (2016): Gründungsradar 2016 – Wie Hochschulen Unternehmensgründungen fördern, S. 15.

⁵⁶ Vgl. ebd. S. 20.

⁵⁷ Vgl. WHU (o.J.): Bibliothek, <https://www.whu.edu/fakultaet-forschung/bibliothek/>, abgerufen am 29.07.2017.

Volkswirtschaftslehre. Des Weiteren liegen Bestandsschwerpunkte bei den Themenfeldern Soziologie, Psychologie, Recht, Mathematik und Informatik, ergänzt durch Literatur zu verschiedenen Sprachen und Nachschlagewerken.⁵⁸

Die elektronischen Informationsangebote der Bibliothek sind im zugangsbeschränkten Intranet der WHU „MyWHU“ aufgeführt. Diese umfassen unter anderem ca. 35.000 E-Books und ca. 62.000 digitale Zeitungen und Zeitschriften innerhalb der aufgeführten Datenbanken.⁵⁹ Die Angebote sind in zwei Reiter „Books and Articles“ und „Databases“ unterteilt, wie in Tabelle 1 dargestellt. Neben einer Suchfunktion in beiden Sparten sind die einzelnen Ressourcen genannt.⁶⁰

Books and Articles	Databases
Library Stock	Citation indexes
eBooks & article full-text resources	Statistical data
Newspaper & journals	Business & economics databases
Bibliographies & other resources	
Library catalogues	

Tabelle 1: Übersicht Bibliotheksbestand Intranet der WHU (myWHU)⁶¹

Books and Articles:

Unter dem ersten Reiter „Books and Articles“ beginnt die Liste der Ressourcen mit der Kategorie „Library Stock“.

Library Stock:
- Bibliothekskatalog (OPAC) Campus Vallendar und Düsseldorf

Tabelle 2: Übersicht Books and Articles – „Library Stock“⁶²

Hier sind die Bibliothekskataloge der WHU des Campus Vallendar und Düsseldorf aufgeführt (siehe Tabelle 2). Diese ermöglichen die Suche in den physischen Informationsangeboten der Bibliothek.

⁵⁸ Vgl. E-Mail von Herrn Uwe Böttcher, Director Library WHU, am 03.06.2017.

⁵⁹ Vgl. E-Mail von Herrn Uwe Böttcher, Director Library WHU, am 25.08.2017.

⁶⁰ Vgl. Intranet der WHU – myWHU (o.J.): Library - Books and Articles, <https://my.whu.edu/sitesforall/library/Books%20and%20Articles/Pages/Home.aspx>, abgerufen am 16.06.2017.

⁶¹ Eigene Darstellung nach Intranet WHU myWHU Library – Books and Articles.

⁶² Eigene Darstellung nach Intranet WHU myWHU Library – Books and Articles, Library Stock.

Unter der Rubrik “eBooks & article full-text resources” werden verschiedene Volltext-Datenbanken dargestellt (siehe Tabelle 3).⁶³

eBooks & article full-text resources:
<ul style="list-style-type: none"> - ABI/Inform Global - Beck-Online - Ebook Central - EBSCO Discovery Service (EDS) - Emerald Management 120 - IMF (IWF) eLibrary - LexisNexis Academic - OECD iLibrary - ScienceDirect - Springer Link (Business & Economics) - Sustainable Organization Library (SOL) - WISO - World Bank eLibrary

Tabelle 3: Übersicht Books and Articles – „eBooks & article full-text resources“⁶⁴

ABI/ Inform Global ist eine Volltext-Datenbank des Anbieters ProQuest und bietet einen breiten Zugriff zum Beispiel auf Bücher, Zeitschriften, Nachrichten, Dissertationen und Arbeitspapiere.⁶⁵ Die Datenbank Beck-Online ist eine Fachdatenbank des Verlags C. H. Beck⁶⁶ und bündelt rechtliche und juristische Informationen.⁶⁷ Ebook Central ist ebenfalls eine Datenbank von ProQuest, die lediglich elektronische Bücher (eBooks) umfasst und somit dem Umschwung der Nachfrage von gedruckten Büchern zu digitalem Inhalt begegnet.⁶⁸ Der EBSCO Discovery Service erlaubt die Suche im Großteil der digitalen Ressourcen der

⁶³ Vgl. Intranet der WHU - myWHU (o.J.): Library - Books and Articles, <https://my.whu.edu/sitesforall/library/Books%20and%20Articles/Pages/Home.aspx>, abgerufen am 16.06.2017.

⁶⁴ Eigene Darstellung nach Intranet WHU myWHU Library – Books and Articles, eBooks & article full-text resources.

⁶⁵ Vgl. ProQuest (o.J.): ABI/Inform Global, http://www.proquest.com/products-services/abi_inform_global.html, abgerufen am 29.07.2017.

⁶⁶ Vgl. Beck-online Die Datenbank (o.J.): Impressum, <https://beck-online.beck.de/Impressum>, abgerufen am 29.07.2017.

⁶⁷ Vgl. Beck-online Die Datenbank (o.J.): Home, <https://beck-online.beck.de/Home>, abgerufen am 29.07.2017.

⁶⁸ Vgl. ProQuest (o.J.): Ebook Central, <http://www.proquest.com/products-services/ebooks/ebooks-main.html>, abgerufen am 29.07.2017.

WHU Bibliothek⁶⁹ auf Grundlage der Metadaten der Informationsträger.⁷⁰ Die Volltext-Datenbank Emerald Management 120 eJournal Collection des Verlages Emerald Group Publishing umfasst 120 Zeitschriften⁷¹ der Management-Branche.⁷² Die IMF eLibrary verfügt neben einer großen Menge an internationalen statistischen Daten außerdem über Bücher, Analysen und Studien sowie periodische Reportagen und Sammlungen.⁷³ LexisNexis Academic fokussieren sich vor allem auf rechtliche Quellen sowie Unternehmensinformationen und bieten einen Überblick über Nachrichten und Neuigkeiten weltweit.⁷⁴ Über die OECD iLibrary kann auf Bücher, Arbeitspapiere und Statistiken der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung sowie ihre Analysen und Daten zugegriffen werden.⁷⁵ ScienceDirect verfügt über eine breite Datenbasis an wissenschaftlichen, technischen und medizinischen Zeitschriften und Büchern.⁷⁶ Über SpringerLink (Business & Economics) wird den Studierenden und Mitarbeitern der WHU Zugriff auf eBooks, Zeitschriften, Protokolle und Bücherreihen zu Unternehmens- und Wirtschaftsthemen geboten.⁷⁷ Die Sustainable Organization Library umfasst über 10.000 Kapitel aus Büchern sowie Fallstudien und Zeitschriftenartikel und ist über die enthaltenen Metadaten, bis zur Kapitel- oder Artikelebene, such- und auffindbar.⁷⁸ WISO ist die Online-Datenbank des Anbieters Genios für Studium und Wissenschaft und verfügt über wirtschafts- und sozialwissenschaftliche

⁶⁹ Vgl. Intranet der WHU - myWHU (o.J.): Library - Books and Articles, <https://my.whu.edu/sitesforall/library/Books%20and%20Articles/Pages/Home.aspx>, abgerufen am 16.06.2017.

⁷⁰ Vgl. EBSCO Discovery Service (o.J.): Expect More from a Discovery Solution, <https://www.ebscohost.com/discovery/about>, abgerufen am 29.07.2017.

⁷¹ Vgl. Emerald Publishing (o.J.): Emerald Management First title listings, <http://www.emeraldgroupublishing.com/products/first/listings.htm>, abgerufen am 29.07.2017.

⁷² Vgl. Emerald Publishing (o.J.): eJournal Collections – A leading library of management research, <http://www.emeraldgroupublishing.com/products/collections/index.htm>, abgerufen am 29.07.2017.

⁷³ Vgl. IMF eLibrary (o.J.): IMF eLibrary brochure, http://www.elibrary.imf.org/staticfiles/misc/pdf/elibrary_brochure_2015_english.pdf, abgerufen am 20.06.2017.

⁷⁴ Vgl. LexisNexis (o.J.): LexisNexis Academic, <https://www.lexisnexis.com/en-us/products/lexisnexis-academic.page>, abgerufen am 29.07.2017.

⁷⁵ Vgl. OECD iLibrary (o.J.): About OECD iLibrary, <http://www.oecd-ilibrary.org/about/about;jsessionid=1d8iu5e3kkvu0.x-oecd-live-02>, abgerufen am 29.07.2017.

⁷⁶ Vgl. ScienceDirect (o.J.): Explore scientific, technical and medical research on ScienceDirect, <http://www.sciencedirect.com/>, abgerufen am 29.07.2017.

⁷⁷ Vgl. Springer (o.J.): Knowledge matters. Choose SpringerLink., <http://www.springer.com/de/products/springerlink>, abgerufen am 29.07.2017.

⁷⁸ Vgl. Routledge Taylor & Francis Group (o.J.): Greenleaf Publishing –The Sustainable Organization Library (SOL), <https://www.routledge.com/collections/12202/32367>, abgerufen am 29.07.2017.

Informationen in Form von Literaturnachweisen sowie Volltexten.⁷⁹ Die World Bank eLibrary der World Bank Group verzeichnet die gesamte Kollektion aller World Bank Publikationen seit 1990.⁸⁰

Unter der Rubrik „Newspaper & journals“ werden weitere Informationsangebote, mit dem Schwerpunkt Nachrichten, angeboten (siehe Tabelle 4).⁸¹

Newspaper & journals:
<ul style="list-style-type: none"> - JSTOR Journal Archive - Elektronische Zeitschriftenbibliothek (EZB) - F.A.Z.-Archiv - FT.com – Financial Times online - Handelsblatt ePaper - Pressreader - Zeitschriftendatenbank (ZDB)

Tabelle 4: Übersicht Books and Articles – „Newspaper & journals“⁸²

Das JSTOR Journal Archive zum Beispiel stellt eine digitale Bibliothek aus Zeitschriften, eBooks, akademischen Artikeln und Primärquellen aus 75 Themenfeldern dar.⁸³ Die Elektronische Zeitschriftenbibliothek (EZB) umfasst bibliographische Daten sowie mehr als 87.000 Zeitschriften.⁸⁴ Das F.A.Z.-Archiv enthält gesammelt alle Artikel der Frankfurter Allgemeinen Zeitung und dient somit als Nachrichtendatenbank vor allem im deutschen aber auch im internationalen Raum.⁸⁵ Financial Times online bietet als Wirtschaftszeitung weltweite und lokale Nachrichten aus Großbritannien an.⁸⁶ Das Handelsblatt ePaper stellt die digitale Version des Handelsblattes dar und ermöglicht den

⁷⁹ Vgl. Genios (o.J.): Einfach mehr Wissen! WISO – Die Online-Datenbank für Studium und Wissenschaft, <https://www.genios.de/info/wiso-net>, abgerufen am 29.07.2017.

⁸⁰ Vgl. World Bank Group eLibrary (o.J.): About the World Bank eLibrary, <https://elibrary.worldbank.org/page/about>, abgerufen am 29.07.2017.

⁸¹ Vgl. Intranet der WHU - myWHU (o.J.): Library - Books and Articles, <https://my.whu.edu/sitesforall/library/Books%20and%20Articles/Pages/Home.aspx>, abgerufen am 16.06.2017.

⁸² Eigene Darstellung nach Intranet WHU myWHU Library – Books and Articles, Newspaper & journals.

⁸³ Vgl. JSTOR (o.J.): About JSTOR, <https://about.jstor.org/>, abgerufen am 29.07.2017.

⁸⁴ Vgl. Intranet der WHU - myWHU (o.J.): Library - Books and Articles, <https://my.whu.edu/sitesforall/library/Books%20and%20Articles/Pages/Home.aspx>, abgerufen am 16.06.2017.

⁸⁵ Vgl. Frankfurter Allgemeine Zeitung (2017): Frankfurter Allgemeine Archiv, <https://fazarchiv.faz.net/>, abgerufen am 16.06.2017.

⁸⁶ Vgl. Financial Times (o.J.): About the FT, <https://aboutus.ft.com/en-gb/>, abgerufen am 16.06.2017.

Zugriff auf die täglich erscheinende Wirtschafts- und Finanzzeitung.⁸⁷ Ergänzt wird das Zeitschriftenangebot der WHU neben den genannten Plattformen durch Pressreader und die Zeitschriftendatenbank (ZDB), welche als Zeitungsportal und bibliographische Datenbank fungieren.⁸⁸

Weiter ergänzt wird das Bibliotheksangebot durch die Rubrik „Bibliographies & other resources“ (siehe Tabelle 5).

Bibliographies & other resources:
<ul style="list-style-type: none"> - ResearchGate - RePEC (Research Papers in Economic) - SSRN (Social Science Research Network)

Tabelle 5: Übersicht Books and Articles – „Bibliographies & other resources“⁸⁹

ResearchGate ist ein soziales Netzwerk für Wissenschaftler und Forscher, welches aus über 13 Millionen Mitgliedern, über 100 Millionen Veröffentlichungen und 193 Ländern weltweit besteht und als Ziel hat, Forschung für jedermann zugänglich zu machen.⁹⁰ RePEC beinhaltet eine Datenbank mit Dokumenten zu wirtschaftswissenschaftlichen Themen⁹¹ und SSRN ist ein internationales Projekt mit Fokus auf die Verbreitung von Forschungsdokumenten.⁹²

Der Reiter Books and Articles wird durch die Rubrik „Library catalogues“ anderer Hochschulen und Einrichtungen abgeschlossen (siehe Tabelle 6).⁹³

⁸⁷ Vgl. Handelsblatt (o.J.): Handelsblatt ePaper, <https://epaper.handelsblatt.com/>, abgerufen am 16.07.2017.

⁸⁸ Vgl. Intranet der WHU - myWHU (o.J.): Library - Books and Articles, <https://my.whu.edu/sitesforall/library/Books%20and%20Articles/Pages/Home.aspx>, abgerufen am 16.06.2017.

⁸⁹ Eigene Darstellung nach Intranet WHU myWHU Library – Books and Articles, Bibliographies & other resources.

⁹⁰ Vgl. ResearchGate (o.J.): Factsheet – About us, rg_fact_sheet.pdf, über: <https://www.researchgate.net/press>, abgerufen am 20.08.2017.

⁹¹ Vgl. RePEc (o.J.): RePEc – General principles, <http://repec.org/>, abgerufen am 20.08.2017.

⁹² Vgl. SSRN (2017): SSRN – Frequently Asked Questions, <https://www.ssrn.com/en/index.cfm/ssrn-faq/>, abgerufen am 20.08.2017.

⁹³ Vgl. Intranet der WHU - myWHU (o.J.): Library - Books and Articles, <https://my.whu.edu/sitesforall/library/Books%20and%20Articles/Pages/Home.aspx>, abgerufen am 16.06.2017.

Library catalogues:
<ul style="list-style-type: none"> - EconBiz (ZBW Germany) - LBZ State Library Koblenz - LSE Library (UK) - Econlib – Library of Economics and Liberty (USA) - WU Vienna (Austria) - LoC Business Reference Services (USA) - KVK – Karlsruher Virtueller Katalog

Tabelle 6: Übersicht Books and Articles – „Library catalogues“⁹⁴

Databases:

Der zweite Reiter „Databases“ der Bibliotheksseiten im Intranet der WHU ist in die Rubriken Citation indexes, Statistical data und Business & economics databases unterteilt (siehe Tabelle 1, S. 14).⁹⁵

Zitationsindexe (siehe Tabelle 7) zeigen an, wie oft und von wem die gesuchte Literatur zitiert wurde.⁹⁶

Citation indexes:
<ul style="list-style-type: none"> - Google Scholar - Scopus

Tabelle 7: Übersicht Databases – „Citation indexes“⁹⁷

Google Scholar ist eine Suchmaschine für wissenschaftliche Quellen und führt zu diesen Angaben zu Zitationen auf.⁹⁸ Scopus vom Elsevier Verlag ist eine Abstract- und Zitationsdatenbank.⁹⁹

Die Rubrik „Statistical data“ umfasst Datenbanken mit statistischen Informationen aus Deutschland und der Welt (siehe Tabelle 8).

⁹⁴ Eigene Darstellung nach Intranet WHU myWHU Library – Books and Articles, library catalogues.

⁹⁵ Vgl. Intranet der WHU – myWHU (o.J.): Library – Databases, <https://my.whu.edu/sitesforall/library/databases/Pages/Home.aspx>, abgerufen am 16.06.2017.

⁹⁶ Vgl. WZB Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (o.J.): Bibliothek, <https://www.wzb.eu/de/literatur-daten/bibliothek?s=8189>, abgerufen am 29.07.2017.

⁹⁷ Eigene Darstellung nach Intranet WHU myWHU Library – Databases, Citation indexes.

⁹⁸ Vgl. Google Scholar (o.J.): Google Scholar – About, <https://scholar.google.de/intl/de/scholar/about.html>, abgerufen am 20.08.2017.

⁹⁹ Vgl. Elsevier (o.J.): Scopus, <https://www.elsevier.com/solutions/scopus>, abgerufen am 20.08.2017.

Statistical data:
<ul style="list-style-type: none"> - Destatis (Statistisches Bundesamt) - Statista (deutsch) - Statista (international)

Tabelle 8: Übersicht Databases – „Statistical data“¹⁰⁰

Destatis bietet aktuelle statistische Informationen des Statistischen Bundesamtes der Bundesrepublik Deutschland¹⁰¹ und das Statistik-Portal Statista bietet über die unterschiedlichen Produkte sowohl deutsche als auch internationale Statistikdaten.¹⁰²

Unter der Rubrik „Business & economics databases“ werden Faktendatenbanken zu Unternehmen und wirtschaftlichen Gebieten aufgeführt (siehe Tabelle 9).¹⁰³

Business & economics databases:
<ul style="list-style-type: none"> - Amadeus - Bank Regulatory Database - Blockholders - Compustat ExecuComp - CRSP - CUSIP - Dafne - DMEF Academic Data - Dow Jones Averages & Total Return Indexes - EIKON - Fama-French Portfolios & Liquidity Factors - Federal Reserve Bank Reports - Federal Reserve Economic Data (Fred) - Hoppenstedt Aktienführer - Hoppenstedt Manager-Datenbank - OTC Markets

¹⁰⁰ Eigene Darstellung nach Intranet WHU myWHU Library – Databases, Statistical data.

¹⁰¹ Vgl. Destatis Statistisches Bundesamt (o.J.): Startseite, <https://www.destatis.de/DE/Startseite.html>, abgerufen am 20.08.2017.

¹⁰² Vgl. Statista (o.J.): About Statista Inc., <https://www.statista.com/aboutus/>, abgerufen am 20.08.2017.

¹⁰³ Vgl. Intranet der WHU – myWHU (o.J.): Library – Databases, <https://my.whu.edu/sitesforall/library/databases/Pages/Home.aspx>, abgerufen am 16.06.2017.

- Penn World Tables
- SDC Platinum
- World Bank eLibrary
- WRDS (Wharton Research Data Service)

Tabelle 9: Übersicht Databases – „Business & economics databases“¹⁰⁴

Amadeus des Anbieters Bureau van Dijk ist eine europaweite Unternehmensdatenbank, die Informationen über ca. 21 Millionen Unternehmen in Europa enthält.¹⁰⁵ Die Bank Regulatory Database umfasst Informationen zu Banken und deren Finanzen und ist ebenso wie die Datenbank „Blockholders“ und „Compustat ExecuComp“ Teil des Wharton Research Data Services (WRDS).¹⁰⁶ CRSP steht für Center for Research in Security Prices und bietet Informationen zu Finanzen, Wirtschaft und verwandten Themengebieten.¹⁰⁷ Die CUSIP-Datenbank (Committee in Uniform Security Identification Procedures) enthält neben Identifikationsnummern standardisierte Beschreibungen sowie zusätzliche Datenangaben.¹⁰⁸ Die Datenbank Dafne des Anbieters Bureau van Dijk umfasst deutsche Unternehmensinformationen über mehr als eine Millionen Firmen mit historischen Daten über die letzten zehn Jahre.¹⁰⁹ Eine weitere Datenbank des Wharton Research Data Services ist die DMEF Academic Data (Direct Marketing Educational Foundation), welche Marketinginformationen sowie Daten zum Kaufverhalten von Kunden aufführt.¹¹⁰ Die Dow Jones Averages & Total Return Indexes¹¹¹ sowie die Fama-French Portfolios & Factors sind ebenfalls Teil von WRDS und umfassen Indexe sowie Portfolios zu wirtschaftlichen Themen.¹¹² Die Angebote Federal Reserve Bank Reports sowie

¹⁰⁴ Eigene Darstellung nach Intranet WHU myWHU Library – Databases, Business & economics databases.

¹⁰⁵ Vgl. Bureau van Dijk (o.J.): Amadeus, <https://www.bvdinfo.com/en-gb/our-products/company-information/international-products/amadeus>, abgerufen am 29.07.2017.

¹⁰⁶ Vgl. Wharton Research Data Services (o.J.): Bank Regulatory, <http://www.whartonwrds.com/datasets/bank-regulatory/>, abgerufen am 29.07.2017.

¹⁰⁷ Vgl. CRSP Center for Research in Security Prices (o.J.): About CRSP, <http://www.crsp.com/about-crsp>, abgerufen am 29.07.2017.

¹⁰⁸ Vgl. Cusip Global Services (2015): About CGS – Broschüre, <https://www.cusip.com/pdf/CUSIP%20Timeline%20Brochure-15DEC.pdf>, abgerufen am 16.06.2017.

¹⁰⁹ Vgl. Bureau van Dijk (o.J.): Dafne, <https://www.bvdinfo.com/en-gb/our-products/company-information/national-products/dafne>, abgerufen am 29.07.2017.

¹¹⁰ Vgl. WRDS(o.J.): Direct Marketing Educational Foundation (DMEF), <http://www.whartonwrds.com/datasets/dmef/>, abgerufen am 29.07.2017.

¹¹¹ Vgl. WRDS (o.J.): Dow Jones Average & Total Return Indexes, <http://www.whartonwrds.com/datasets/dow-jones-average-tri/>, abgerufen am 29.07.2017.

¹¹² Vgl. WRDS (o.J.): Fama-French Portfolios & Factors, <http://www.whartonwrds.com/datasets/fama-french-portfolios-factors/>, abgerufen am 29.07.2017.

Federal Reserve Economic Data (Fred) bestehen aus Informationen der Zentralbank der Vereinigten Staaten und amerikanischen Publikationen.¹¹³ Über die Hoppenstedt Aktienführer und Manager-Datenbank können deutsche Firmenportraits und Aufstellungen zu ausländischen, an der deutschen Börse aktiven Unternehmen abgerufen werden.¹¹⁴ OTC Markets informiert über Finanzdaten von Amerika und der Welt¹¹⁵, Penn World Tables beschäftigt sich mit Übersichten über die Wirtschaftsleistung einzelner Nationalstaaten und den Handelsbeziehungen zwischen diesen.¹¹⁶ SDC Platinum fokussiert sich auf Finanz- und Rechtsinformationen.¹¹⁷

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass das Informationsangebot der Bibliothek der WHU ein umfangreiches Portfolio an nationalen und internationalen Quellen im Bereich der Wirtschaftswissenschaften anbietet und vielfältige Zugänge zu digitalen Datenbanken ermöglicht.

¹¹³ Vgl. Board of Governors of the Federal Reserve System (o.J.): About the Fed, <https://www.federalreserve.gov/aboutthefed.htm>, abgerufen am 29.07.2017.

¹¹⁴ Vgl. Bisnode (o.J.): Aktienführer Hoppenstedt, <http://www.hoppenstedt-aktienfuehrer.de/>, abgerufen am 29.07.2017.

¹¹⁵ Vgl. OTC Markets (o.J.): About OTC Markets Group, <https://www.otcmarkets.com/about/overview>, abgerufen am 29.07.2017.

¹¹⁶ Vgl. University of California (o.J.): The Center for International Data – Penn World Table, <http://cid.econ.ucdavis.edu/pwt.html>, abgerufen am 29.07.2017.

¹¹⁷ Vgl. Thomson Reuters (o.J.): SDC Platinum, <https://financial.thomsonreuters.com/en/products/data-analytics/market-data/sdc-platinum-financial-securities.html>, abgerufen am 29.07.2017.

5. Befragung zum Informationsbedarf von Gründern unter den Alumni der WHU

Unternehmensgründer stehen beim Aufbau ihres Unternehmens vor einer Vielzahl von Herausforderungen. Im Deutschen Startup Monitor 2015 werden hierzu viele unterschiedliche Bereiche aufgeführt.¹¹⁸ Hieraus lässt sich auf einen hohen Informationsbedarf von Unternehmensgründern schließen, welcher auch von Freiling und Kollmann betrachtet und in unterschiedliche Kategorien eingeordnet wird.¹¹⁹

Auch an der WHU kommt der Informationsbedarf von Startup-Gründern immer wieder zur Sprache, insbesondere dann, wenn gründende Alumni in der Bibliothek Informationen für ihre Unternehmen anfragen.¹²⁰ Welcher Bedarf unter den Startup-Gründer der Alumni existiert und welche Informationen diese benötigen, wird mit Hilfe einer Online-Befragung ermittelt.

Ziel der Online-Befragung ist es, mit den erzielten Ergebnissen eine Grundlage zu bieten, um ein Konzept für einen Research Service der Bibliothek zu entwickeln. Dieser Service soll den Informationsbedarf der Gründer unter den Alumni decken und sie somit am Anfang ihres unternehmerischen Weges unterstützen.

5.1. Aufbau der Online-Befragung

Im Rahmen von Marktforschungsstudien werden Primärdaten, d.h. individuell auf das Thema ausgerichtete Informationen, erhoben oder Sekundärdaten verwendet. Zwei Methoden der Marktforschung, um Primärdaten zu gewinnen, sind die Befragung und Beobachtung. Eine Befragung kann über qualitative und quantitative Methoden durchgeführt werden. Qualitative Befragungen finden oftmals in Form von Tiefeninterviews oder Gruppendiskussionen statt, während quantitative Befragungen standardisiert sind und mündlich, schriftlich, telefonisch

¹¹⁸ Vgl. Deutscher Startup Monitor (2015): 3. DSM – Herausforderungen und Unterstützung, S. 61f., http://deutscherstartupmonitor.de/fileadmin/dsm/dsm-15/studie_dsm_2015.pdf, abgerufen am 21.08.2017.

¹¹⁹ Vgl. Freiling, Jörg; Kollmann, Tobias (2015): Entrepreneurial Marketing – Besonderheiten, Aufgaben und Lösungsansätze für Gründungsunternehmen, S. 365.

¹²⁰ Vgl. Gespräch (Telefonat) mit Herrn Uwe Böttcher, Director Library WHU, am 23.02.2017.

oder online ablaufen.¹²¹ Bei der in dieser Arbeit genutzten Befragung handelt es sich um eine online durchgeführte, quantitative Studie.

Die Online-Befragung beginnt mit einer Titelseite, auf der der Teilnehmer begrüßt und kurz über den Inhalt der Befragung informiert wird. Sie dient als Vorbereitung und Hinführung des Teilnehmers zur Umfrage und enthält sowohl einen Datenschutz- als auch Anonymitätshinweis.¹²² Zudem beinhaltet die Startseite eine Angabe zur Dauer der Umfrage und zum aktiven Zeitraum der Befragung.¹²³

Der Fragebogen besteht aus insgesamt 29 Fragen. Die Filtermöglichkeit der Online-Befragung wird an den Stellen genutzt, wo einzelne Fragen, auf vorherigen Fragen aufbauend, nur für einen Teil der Befragten relevant sind.¹²⁴ Durch mehrere Filter kann die Anzahl an Fragen pro Teilnehmer variieren. Innerhalb des Fragebogens treten verschiedene Arten von Fragen auf. Zum einen werden klassische Fragetypen, wie die geschlossene Frage mit Einfachnennung, verwendet (siehe Abbildung 3).¹²⁵

Haben Sie bereits ein Unternehmen gegründet?

☐ Ja, ich habe bereits ein Unternehmen gegründet.

☐ Nein, ich plane ein Unternehmen zu gründen.

Abbildung 3: Geschlossene Frage¹²⁶

Zum anderen beinhaltet der Fragebogen halboffene Fragen mit Einfach- (siehe Abbildung 4) oder Mehrfachantwortmöglichkeiten (siehe Abbildung 5) und eine offene Antwortkategorie (Sonstiges). Diese fungiert als „Restkategorie“ und dient dazu, die Motivation der Teilnehmer aufrecht zu halten, wenn diese sich keiner der genannten Antwortmöglichkeiten zuordnen.¹²⁷

¹²¹ Vgl. Homburg, Christian (2017): Marketingmanagement – Strategie – Instrumente – Umsetzung - Unternehmensführung, S. 263-272.

¹²² Vgl. Porst, Rolf (2009): Fragebogen – Ein Arbeitsbuch, S. 34f.

¹²³ Vgl. Theobald, Axel (2017): Praxis Online-Marktforschung – Grundlagen – Anwendungsbereiche – Durchführung, S. 40f.

¹²⁴ Vgl. ebd. S. 66-69.

¹²⁵ Vgl. Porst, Rolf (2009): Fragebogen – Ein Arbeitsbuch, S. 51f.

¹²⁶ Auszug des Online-Fragebogens in Unipark (siehe Anhang 1).

¹²⁷ Vgl. Porst, Rolf (2009): Fragebogen – Ein Arbeitsbuch, S. 55-57.

In welchem Tätigkeitsfeld agiert Ihr Unternehmen?

☐ Dienstleistung
☐ Produzierendes Gewerbe
☐ Verarbeitendes Gewerbe
☐ Sonstiges:

Abbildung 4: Halboffene Frage – Einfachantwort + offene Antwortkategorie ¹²⁸

Welche Angebote würden Sie sich für Ihre Informationssuche bei Ihrer Unternehmensgründung wünschen? Mehrfachnennung möglich

☐ Zugang zu Faktendatenbanken (z.B. Marktinformation, Firmeninformation)
☐ Zugang zu Volltextdatenbanken (z.B. Artikel, Zeitschriften, E-Books)
☐ Zugang zu Literaturbeständen allgemein (z.B. über Dokumentlieferdienste)
☐ Unterstützung bei der Suche nach relevanten Informationen (z.B. Anleitungen zum Suchen)
☐ Push-Dienste zu themenspezifischen Informationen (z.B. individualisierte Newsletter)
☐ Persönlicher Ansprechpartner zur Unterstützung bei der Suche
☐ Sonstiges:

Abbildung 5: Halboffene Frage – Mehrfachantwort + offene Antwortkategorie ¹²⁹

Außerdem enthält der Fragebogen Matrixfragen, welche verschiedene Kategorien auflisten und jeweils über eine Skala bewerten (siehe Abbildung 6). Dies bietet die Möglichkeit unterschiedliche Aspekte abzufragen, welche miteinander in Verbindung stehen.¹³⁰ Die Empfehlung zur Skalenlänge liegt laut Porst zwischen fünf und neun Abstufungen.¹³¹

Wie hoch schätzen Sie Ihren Informationsbedarf als Gründer ein?

	Sehr hoch	Hoch	Mittel	Gering	Kein Informationsbedarf
vor der Gründung (Findungsphase, Experimentier- und Vorbereitungsphase)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
während der Gründung (Konzeptions- und Planungsphase, Gewerbeanmeldung/ Anmeldung beim Finanzamt)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
nach der Gründung (Nachgründungsphase – Unternehmensfortschrittprüfung)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Abbildung 6: Matrixfrage mit Skalenbewertung ¹³²

Die Online-Befragung endet mit der Möglichkeit der Teilnehmer, innerhalb einer offenen Frage (siehe Abbildung 7), noch eigene Kommentare und Anmerkungen an Befragung und Thema einzubringen.¹³³

¹²⁸ Auszug des Online-Fragebogens in Unipark (siehe Anhang 1).

¹²⁹ Ebd.

¹³⁰ Vgl. Theobald, Axel (2017): Praxis Online-Marktforschung – Grundlagen – Anwendungsbereiche – Durchführung, S. 55f.

¹³¹ Vgl. Porst, Rolf (2009): Fragebogen – Ein Arbeitsbuch, S.85, 92.

¹³² Auszug des Online-Fragebogens in Unipark (siehe Anhang 1).

¹³³ Vgl. Porst, Rolf (2009): Fragebogen – Ein Arbeitsbuch, S.157f.

Haben Sie weitere Anregungen zum Informationsbedarf eines Unternehmensgründers?

Haben Sie Anmerkungen zur Umfrage?

Abbildung 7: Offene Frage – Platz für Anmerkungen der Teilnehmer ¹³⁴

Offene Fragen oder Freitextfelder werden, wenn möglich, mit Plausibilitätschecks versehen und die Eingabemöglichkeiten des Feldes somit eingeschränkt, um unlogische Eingaben zu verhindern und eindeutige Daten zu erzielen. Sollten die eingegebenen Werte der Plausibilitätsprüfung nicht entsprechen, erfolgt eine Fehleranzeige, die zur Kontrolle der Eingabe auffordert (siehe Abbildung 8).¹³⁵

Hinweis: Bitte überprüfen Sie Ihre Eingaben.
Es ist ein Fehler aufgetreten!

Was ist Ihr Geschlecht?

☐ 

☐ 

Wann wurden Sie geboren (Geburtsjahr)?

Abbildung 8: Plausibilitätscheck und Fehlermeldung (hier: unsinniges Geburtsjahr)¹³⁶

Zum Ende der Umfrage werden soziodemographische Merkmale der Teilnehmer abgefragt, wie zum Beispiel Alter, Geschlecht und Ausbildung.¹³⁷

Die Befragung schließt mit einem Dank an den Teilnehmer, um auf die erfolgreiche Beendigung der Umfrage hinzuweisen. Sowohl Porst als auch Theobald empfehlen eine Form der Danksagung, um die Wertschätzung der

¹³⁴ Auszug des Online-Fragebogens in Unipark (siehe Anhang 1).

¹³⁵ Vgl. Theobald, Axel (2017): Praxis Online-Marktforschung – Grundlagen – Anwendungsbereiche – Durchführung, S. 73f.

¹³⁶ Auszug des Online-Fragebogens in Unipark (siehe Anhang 1).

¹³⁷ Vgl. Scharf, Andreas; Schubert, Bernd; Hehn, Patrick (2012): Marketing – Einführung in Theorie und Praxis, S. 222f.

Teilnehmer für ihre Zeit und Mühe zur Unterstützung der Umfrage zum Ausdruck zu bringen.^{138 139}

In Anhang 1 ist der vollständige Fragenkatalog der Online-Befragung nach eigener Zusammenstellung in deutscher und englischer Sprache aufgeführt.

5.2. Zielgruppe und Durchführung der Online-Befragung

Die Zielgruppe der Befragung sind Startup-Gründer unter den Alumni der WHU bzw. Alumni, die planen ein Unternehmen zu gründen.

Laut Braunecker besteht die Grundgesamtheit aus der Menge aller Personen mit den gleichen Merkmalsausprägungen, die in der Befragung betrachtet werden sollen.¹⁴⁰ In diesem Fall stellt die Grundgesamtheit die Menge aller Gründer unter den Alumni der WHU dar. Die eindeutige Anzahl dieser Gründer ist nicht bekannt. Allerdings lässt sich diese mit folgenden Quellen eingrenzen: öffentlich zugängliche Zahlen von WHU Gründern sind, die in der Übersicht auf der WHU Website aufgelisteten, 198 Unternehmungsgründungen von 269 WHU Gründern und Unternehmern. Allerdings zeigt diese Liste nur eine Auswahl der tatsächlichen Gründungen von WHU Absolventen auf.¹⁴¹ Zudem existiert ein Verteiler „Entrepreneurship“ des Alumni-Netzwerkes „In Praxi“, welcher Gründer unter den Alumni, Alumni, die planen ein Unternehmen zu gründen und an Unternehmertum interessierte Alumni beinhaltet. Letztere sind allerdings nicht Teil der Zielgruppe der Befragung. Somit lässt sich die Grundgesamtheit der Befragung, aktuelle und planende Unternehmensgründer unter den Alumni der WHU, nicht genau bestimmen und liegt vermutlich zwischen den 198 Gründungen auf der Homepage und den 471 Alumni des Verteilers Entrepreneurship.

Die zuvor aufgestellten Annahmen werden von Frau Prof. Dr. Christine Günther, Lehrstuhlinhaberin für kleine und mittlere Unternehmen an der WHU, gestützt.

¹³⁸ Vgl. Porst, Rolf (2009): Fragebogen – Ein Arbeitsbuch, S. 157f.

¹³⁹ Vgl. Theobald, Axel (2017): Praxis Online-Marktforschung – Grundlagen – Anwendungsbereiche – Durchführung, S. 97f.

¹⁴⁰ Vgl. Braunecker, Claus (2016): How to do Empirie, how to do SPSS – Eine Gebrauchsanleitung, S. 37.

¹⁴¹ Vgl. WHU (o.J.): In Praxi – Unternehmer und Gründer, <https://www.whu.edu/alumni/mitglieder/unternehmer-und-gruender/>, abgerufen am 11.08.2017.

Sie schätzt die Anzahl der WHU Gründer, anhand der Ergebnisse einer eigenen Umfrage zum Thema Gründungen an der WHU, auf knapp 450.¹⁴²

Die Online-Befragung ist mit dem Befragungstool Unipark, der akademischen Version von Questback, erstellt worden.¹⁴³ Der Befragung liegen eine deutsche und eine englische Version zugrunde, da an der WHU Englisch als Unterrichtssprache genutzt wird und auch internationale Alumni die Möglichkeit der Teilnahme an der Befragung erhalten sollen. Die Teilnahme an der anonymen Umfrage erfolgt über den folgenden Link: https://www.unipark.de/uc/SS17_BA_Grefkes/9d65/.

Vor der Verbreitung der Umfrage steht die Durchführung eines Pretests mit acht Testern. Ziel des Pretests ist es, Unklarheiten oder technische Fehler zu identifizieren und zu beseitigen. Pretests werden genutzt, um konkrete Erhebungsprobleme aufzudecken und die Verständlichkeit der Fragen zu überprüfen.¹⁴⁴ Die Überarbeitung und Finalisierung des Fragebogens erfolgt anhand der Pretest-Kommentare. Zudem hat der Pretest geholfen, die Dauer der Umfrage anhand des arithmetischen Mittels zu berechnen. Als Befragungsdauer stellt sich ein Durchschnitt von zwölf Minuten heraus.

Die Online-Befragung ist vom 27.06.2017 bis zum 14.07.2017 aktiv geschaltet worden und erstreckt sich über einen Zeitraum von 18 Tagen.

Die Alumni-Organisation der WHU „In Praxi“ verbreitet die Online-Befragung mithilfe des Links innerhalb einer persönlich adressierten E-Mail an Unternehmer und planende Unternehmer und motiviert diese zur Teilnahme.

Die Einladung der Teilnehmer per E-Mail hat sich laut Theobald bewährt und gewährt als Form der Ansprache die höchste Erfolgsquote der letztendlich teilnehmenden Personen.¹⁴⁵ Die in diesem Fall verwendete persönliche Anrede

¹⁴² Vgl. Experteninterview mit Frau Prof. Dr. Günther am 14.08.2017 (siehe Anhang 2 Gedächtnisprotokoll).

¹⁴³ Vgl. Unipark & Questback (2017): Unipark, <http://www.unipark.com/>, abgerufen am 02.08.2017.

¹⁴⁴ Vgl. Atteslander, Peter (2010): Methoden der empirischen Sozialforschung, S. 295f.

¹⁴⁵ Vgl. Theobald, Axel (2017): Praxis Online-Marktforschung – Grundlagen – Anwendungsbereiche – Durchführung, S. 297f.

wirkt in der Regel ansprechend auf die Teilnehmer der Umfrage und ist gerne gesehen.¹⁴⁶

5.3. Einschränkungen der Online-Befragung

Durch die Konzentration der Online-Befragung auf die WHU und die Beschränkung auf Gründer und planende Gründer unter den Alumni der Hochschule umfasst die Grundgesamtheit eine kleine, aber klar definierte Zielgruppe (siehe Kapitel 5.2.).

Bei der Gestaltung des Fragebogens sind auf Wunsch der Bibliothek der WHU unterschiedliche Gründungsphasen in die Befragung aufgenommen und einzelne, sehr spezifische Informationsarten abgefragt worden, um den Bedarf möglichst genau zu ermitteln. Die somit entstandenen Matrixfragen stellen oftmals eine beliebte Abbruchstelle in Online-Befragungen dar, da diese für den Befragten einen erhöhten Aufwand bedeuten.¹⁴⁷

Auch die Dauer der Online-Befragung, in der diese aktiv war, ist mit 18 Tagen relativ kurz und kann sich einschränkend auf den Rücklauf auswirken. Diese ist allerdings angemessen, da der Zeitrahmen zur Durchführung einer Bachelorarbeit beschränkt ist.

Außerdem sind in den Wochen vor der Online-Befragung, an der WHU bereits zwei weitere, unabhängige Befragungen für Unternehmensgründer durchgeführt worden.¹⁴⁸ Die Anhäufung von Umfragen in der gleichen Zielgruppe innerhalb einer kurzen Zeitspanne könnte die Teilnahmemotivation der WHU-Gründer beeinflusst haben.

Zudem war die Versendung eines Reminders, welcher oftmals genutzt wird, um über diese Erinnerung eine höhere Fallzahl zu generieren¹⁴⁹, nicht möglich. Grund hierfür ist, dass die Alumni-Organisation „In Praxi“ zum Versand von E-Mails an ihre Mitglieder sehr restriktive Regeln aufgestellt hat.¹⁵⁰

¹⁴⁶ Vgl. Theobald, Axel (2017): Praxis Online-Marktforschung – Grundlagen – Anwendungsbereiche – Durchführung, S. 37f.

¹⁴⁷ Vgl. ebd. S. 56, 355.

¹⁴⁸ Vgl. Gespräch (Telefonat) mit Herrn Uwe Böttcher, Director Library WHU, am 18.08.2017.

¹⁴⁹ Vgl. Theobald, Axel (2017): Praxis Online-Marktforschung – Grundlagen – Anwendungsbereiche – Durchführung, S. 98-101.

¹⁵⁰ Vgl. Gespräch mit Herrn Alexander Deneke, Office Manager „In Praxi“ – WHU Alumni Association, am 02.06.2017.

6. Auswertung der Online-Befragung – Bedarfsanalyse der Alumni

Die Online-Befragung wird mit Hilfe des Statistik-Programms IBM SPSS Statistics ausgewertet. 66 Teilnehmer haben die Umfrage begonnen und 25 haben sie beendet. Aufgrund der schwankenden Anzahl an Antworten pro Frage wird im Folgenden die Gesamtmenge der Antworten je Frage (n) aufgeführt, um die Nachvollziehbarkeit der Ergebnisse zu gewährleisten.

Der Fragebogen ist zu 95,5% (63x) in Deutsch und zu 4,5% (3x) in Englisch aufgerufen worden (siehe Tabelle 10).

		Sprachauswahl			
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Deutsch (German)	63	95,5	95,5	95,5
	Englisch (English)	3	4,5	4,5	100,0
	Gesamt	66	100,0	100,0	

Tabelle 10: Output SPSS – Sprachauswahl

Gründerstruktur:

Die Teilnehmer von Frage 1 (n=56) sind zu 60,7% bereits Gründer und zu 39,3% planen sie ein Unternehmen zu gründen (siehe Tabelle 11).

		1. Haben Sie bereits ein Unternehmen gegründet?			
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja, ich habe bereits ein Unternehmen gegründet.	34	51,5	60,7	60,7
	Nein, ich plane ein Unternehmen zu gründen.	22	33,3	39,3	100,0
	Gesamt	56	84,8	100,0	
Fehlend	-77	10	15,2		
Gesamt		66	100,0		

Tabelle 11: Output SPSS – Frage 1

Frage 2 wird durch einen Filter nur für die Teilnehmer angezeigt, welche eine Unternehmensgründung planen. Von den 22 Teilnehmern geben 9,1% an, dass sie innerhalb der kommenden 6 Monate planen, ein Unternehmen zu gründen. Die überwiegende Mehrheit der Befragten haben eine mittel- bis langfristige Perspektive für die Unternehmensgründung (siehe Abbildung 9).

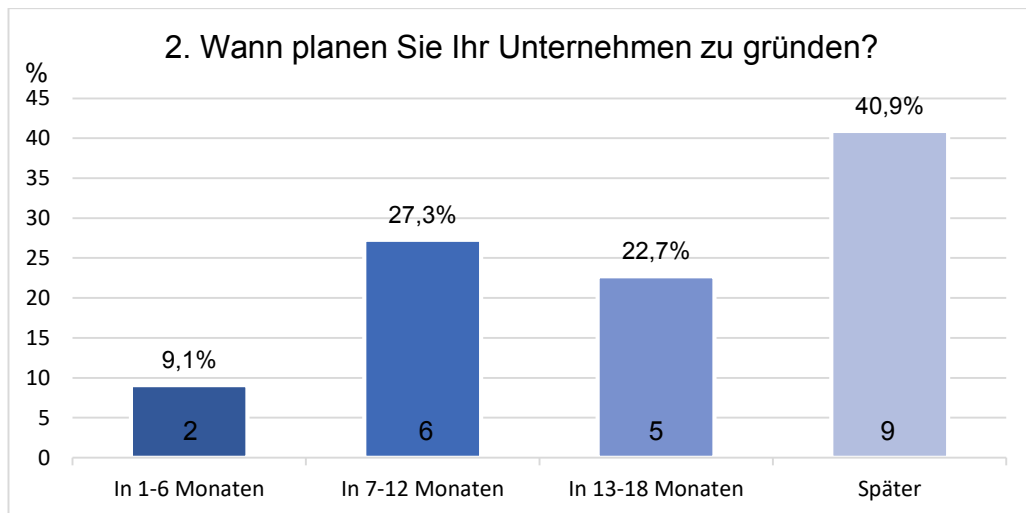


Abbildung 9: Frage 2 – Wann planen Sie Ihr Unternehmen zu gründen?¹⁵¹

Die Betrachtung der bereits realisierten Gründungen in Frage 3 (n=35) erstreckt sich über die letzten 15 Jahre, wobei ein besonderer Schwerpunkt in den Jahren 2015 und 2016 vorliegt (siehe Abbildung 10). Ein Grund für die Häufung in den letzten beiden Jahren besteht möglicherweise darin, dass die Alumni noch eine starke Bindung an die Hochschule haben, währenddessen die Gründer vor längerer Zeit eventuell durch ihr berufliches Engagement stark eingespannt sind.

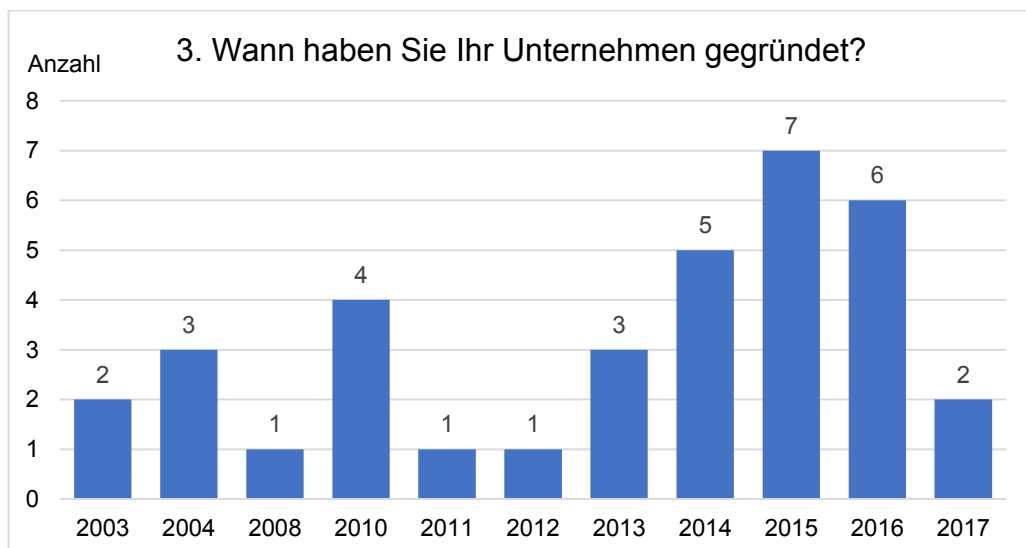


Abbildung 10: Frage 3 – Wann haben Sie Ihr Unternehmen gegründet?¹⁵²

Die befragten Gründer (n=54) in Frage 4 befinden sich zu 35,2% in der Findungs-, Experimentier- und Vorbereitungsphase. 7,4% der Befragten beschäftigen sich aktuell in der Konzeptions- und Planungsphase zum Beispiel

¹⁵¹ Eigene Zusammenstellung.

¹⁵² Eigene Zusammenstellung.

mit der Gewerbeanmeldung oder der Anmeldung beim Finanzamt. 57,4% der Befragten überprüfen kontinuierlich den Unternehmensfortschritt, der die Nachgründungsphase bestimmt (siehe Tabelle 12).

4. In welcher Phase der Gründung befinden Sie sich gerade?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Findungsphase, Experimentier- und Vorbereitungsphase	19	28,8	35,2	35,2
	Konzeptions- und Planungsphase, Gewerbeanmeldung/ Anmeldung beim Finanzamt	4	6,1	7,4	42,6
	Nachgründungsphase – Unternehmensfortschritt prüfung	31	47,0	57,4	100,0
	Gesamt	54	81,8	100,0	
Fehlend	-77	12	18,2		
Gesamt		66	100,0		

Tabelle 12: Output SPSS – Frage 4

Auf die Freitextfrage mit Mehrfachantwortmöglichkeit nach dem Zielmarkt (Frage 5a) wird Deutschland von über 80% der Teilnehmer (n=46) genannt. Darüber hinausgehend werden auch weitere Länder in Europa sowie Regionen weltweit aufgeführt (siehe Abbildung 11).

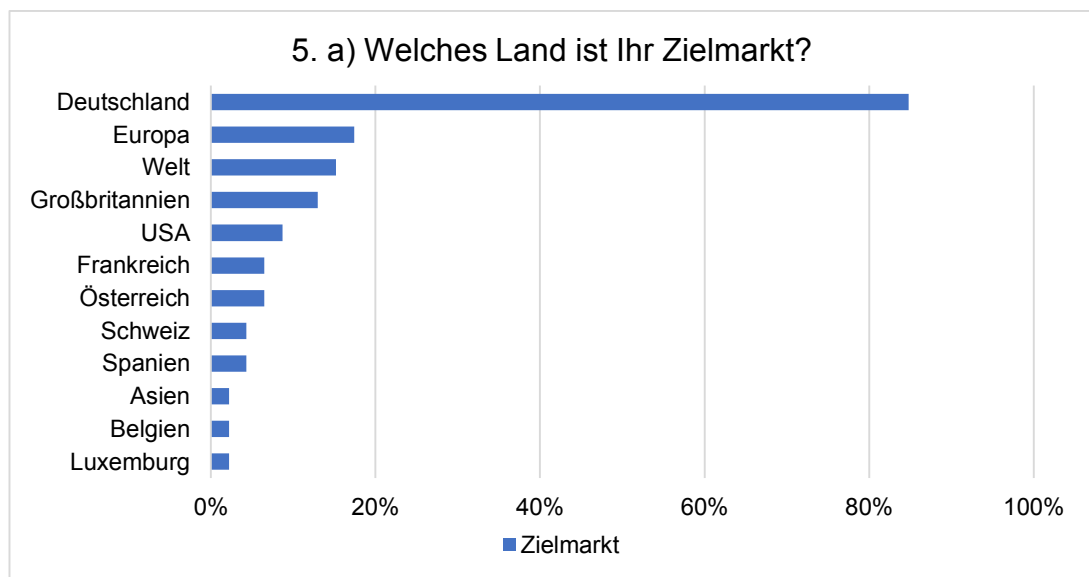


Abbildung 11: Frage 5a – Welches Land ist Ihr Zielmarkt?¹⁵³

¹⁵³ Eigene Zusammenstellung.

Deutschland ist auch der Unternehmenshauptsitz (Frage 5b, n=44) der meisten Teilnehmer (siehe Tabelle 13).

5. b) In welchem Land ist der Hauptsitz Ihres Unternehmens?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Deutschland	38	57,6	86,4	86,4
	Frankreich	1	1,5	2,3	88,6
	Großbritannien	3	4,5	6,8	95,5
	Schweiz	1	1,5	2,3	97,7
	Spanien	1	1,5	2,3	100,0
	Gesamt	44	66,7	100,0	
Fehlend	-66	22	33,3		
Gesamt		66	100,0		

Tabelle 13: Output SPSS – Frage 5b

Die meisten Unternehmen werden entweder alleine oder mit bis zu drei Gründern aufgebaut (Frage 6, siehe Tabelle 14).

6. Mit wie vielen Gründern haben Sie ihr Unternehmen aufgebaut?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1	13	19,7	28,3	28,3
	2	13	19,7	28,3	56,5
	3	11	16,7	23,9	80,4
	4	6	9,1	13,0	93,5
	5	1	1,5	2,2	95,7
	>5	2	3,0	4,3	100,0
	Gesamt	46	69,7	100,0	
Fehlend	-77	20	30,3		
Gesamt		66	100,0		

Tabelle 14: Output SPSS – Frage 6

Die Anzahl der Mitarbeiter (Frage 7) in den Unternehmen der Befragten (n=46) ist unterschiedlich hoch. 43,5% der Unternehmen werden nur von den Gründern geführt und bei den anderen variiert die Anzahl zwischen einem und 150 Mitarbeitern.

Bei der Frage nach dem Tätigkeitsfeld (Frage 8) der Unternehmen der Teilnehmer (n=46) ragen die Dienstleistungen mit 71,7% heraus (siehe Tabelle

15). Sechs Teilnehmer haben sich keiner der aufgeführten Kategorie zugeordnet, sondern ihre spezifische Tätigkeit vermerkt. In der Auswertung dieser fällt auf, dass fünf dieser sechs Gründer im Dienstleistungsbereich tätig sind, wodurch sich der Dienstleistungsanteil weiter erhöht.

8. In welchem Tätigkeitsfeld agiert Ihr Unternehmen?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Dienstleistung	33	50,0	71,7	71,7
	Produzierendes Gewerbe	5	7,6	10,9	82,6
	Verarbeitendes Gewerbe	2	3,0	4,3	87,0
	Sonstiges:	6	9,1	13,0	100,0
	Gesamt	46	69,7	100,0	
Fehlend	-77	20	30,3		
Gesamt		66	100,0		

Tabelle 15: Output SPSS – Frage 8

Gründer, die Dienstleistungen anbieten, verteilen sich beinahe gleichmäßig auf verbraucherbezogene und produktionsbezogene Dienstleistungen (Frage 9). Die Gründer im Bereich produzierendes und verarbeitendes Gewerbe konzentrieren sich hauptsächlich auf die Herstellung eines neuen Gutes und die Erschließung eines neuen Absatzmarktes (Frage 10). Die Unternehmer arbeiten in vielfältigen Branchen (Frage 11). Zu fast 20% sind sie in der Informationstechnologie, zu ca. 10% in der Beratungs- und Consulting-Branche sowie zu knapp 10% im Bereich Banken und Finanzdienstleistungen vertreten.

Informationsbedarf von Unternehmensgründern:

Grundsätzlich wird der eigene Informationsbedarf der Startup-Gründer (Frage 12) sowohl vor, während als auch nach der Gründung als hoch eingeschätzt. Besonders auffällig ist, dass der Informationsbedarf vor der Gründung mit 53,7% als sehr hoch bewertet wird. Auch während der Gründung liegt weiterhin ein hoher Informationsbedarf vor, wobei die Ausprägungen sehr hoch und hoch ausgeglichen sind. Erst nach der Gründung lässt der Informationsbedarf nach, wird aber dennoch zu 67% als hoch eingestuft (siehe Abbildung 12).

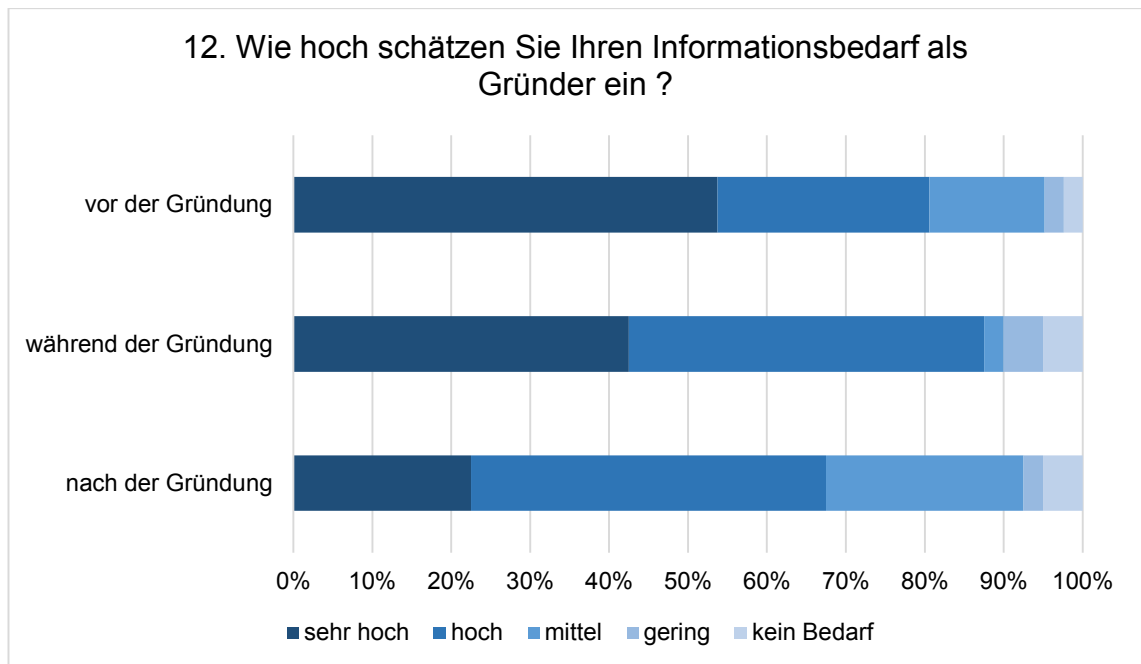


Abbildung 12: Frage 12 – Informationsbedarf ¹⁵⁴

Bei der Frage nach der Wichtigkeit spezifisch benötigter Informationen vor der Gründung (Frage 13a) wird ein hohes Interesse für ein breites Themenspektrum von den Gründern benannt. Besonders auffällig ist hierbei, dass Informationen zu Konkurrenzprodukten, Wettbewerbssituation und Wettbewerbern im Fokus stehen. Zudem sind Marktanalysen, Zielgruppen, Kundenanforderungen und die Finanzierung von Gründungsvorhaben für die Befragten vor der Gründung von hohem Interesse, sowie auch Eintrittsbarrieren, Konsumverhalten, Wachstumserwartungen, Marktsegmentierung und Marktentwicklung (siehe Abbildung 13). Darüber hinaus gehend interessieren sich die Befragten vor der Unternehmensgründung auch für Informationen zu Gründungserfahrungen und allgemeinen Risiken.

¹⁵⁴ Eigene Zusammenstellung.

13. a) Welche Informationen haben Sie benötigt bzw. benötigen Sie **vor** der Unternehmensgründung?
Informationen zu:

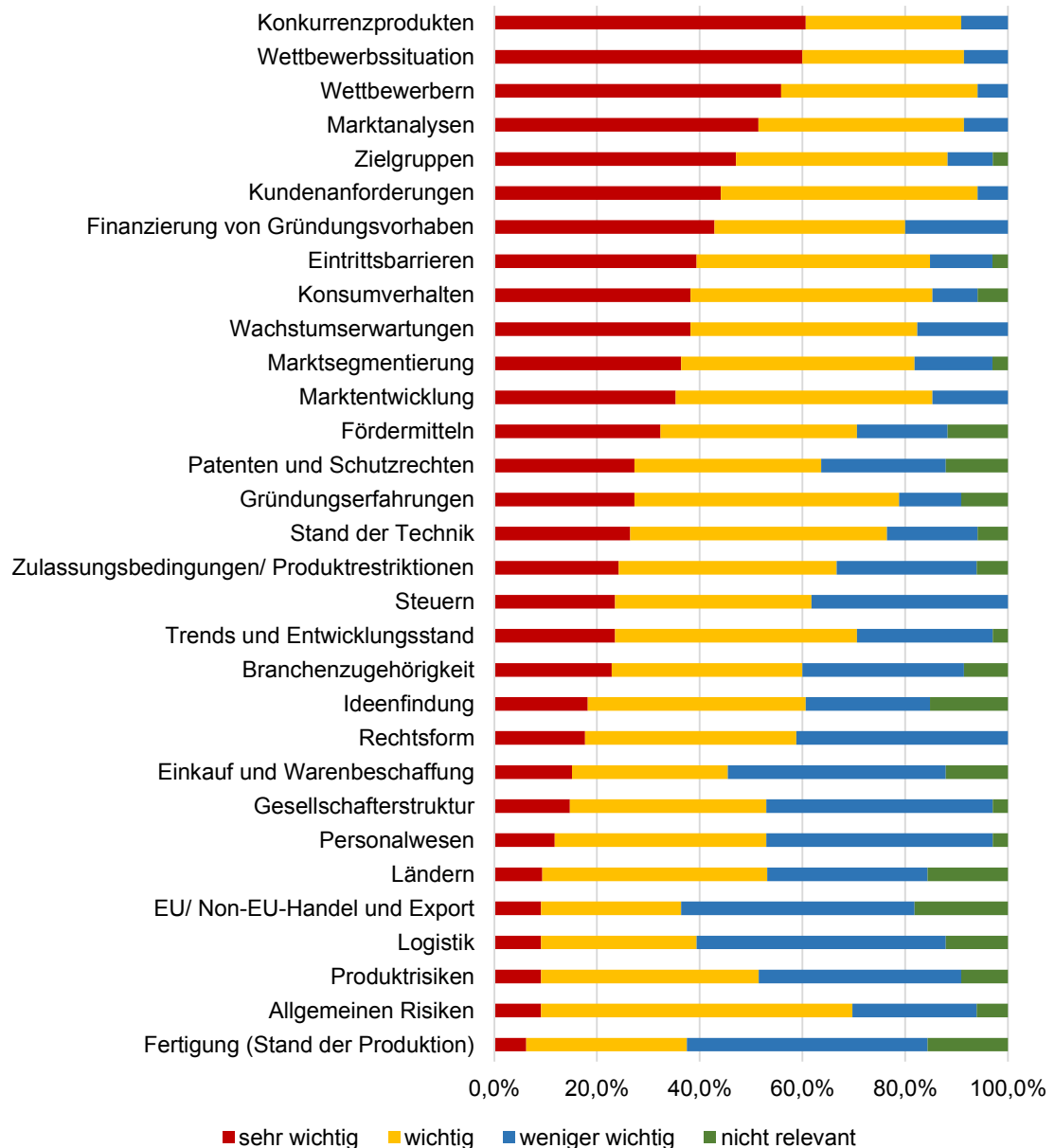


Abbildung 13: Frage 13a – spezifischer Informationsbedarf vor der Gründung¹⁵⁵

Während der Gründung (Frage 13b) verschieben sich die Interessen der Befragten stärker in Richtung ihrer Kunden. Auf den vorderen Plätzen stehen nun Kundenanforderungen, Zielgruppen und Konsumverhalten, aber auch Informationen zu Wettbewerbern sind ihnen wichtig. Besonders auffällig ist in dieser Phase, die hohe Wichtigkeit, die während der Gründung den Themen

¹⁵⁵ Eigene Zusammenstellung.

Rechtsform, Steuern sowie Patente und Schutzrechte zugemessen wird (siehe Abbildung 14).

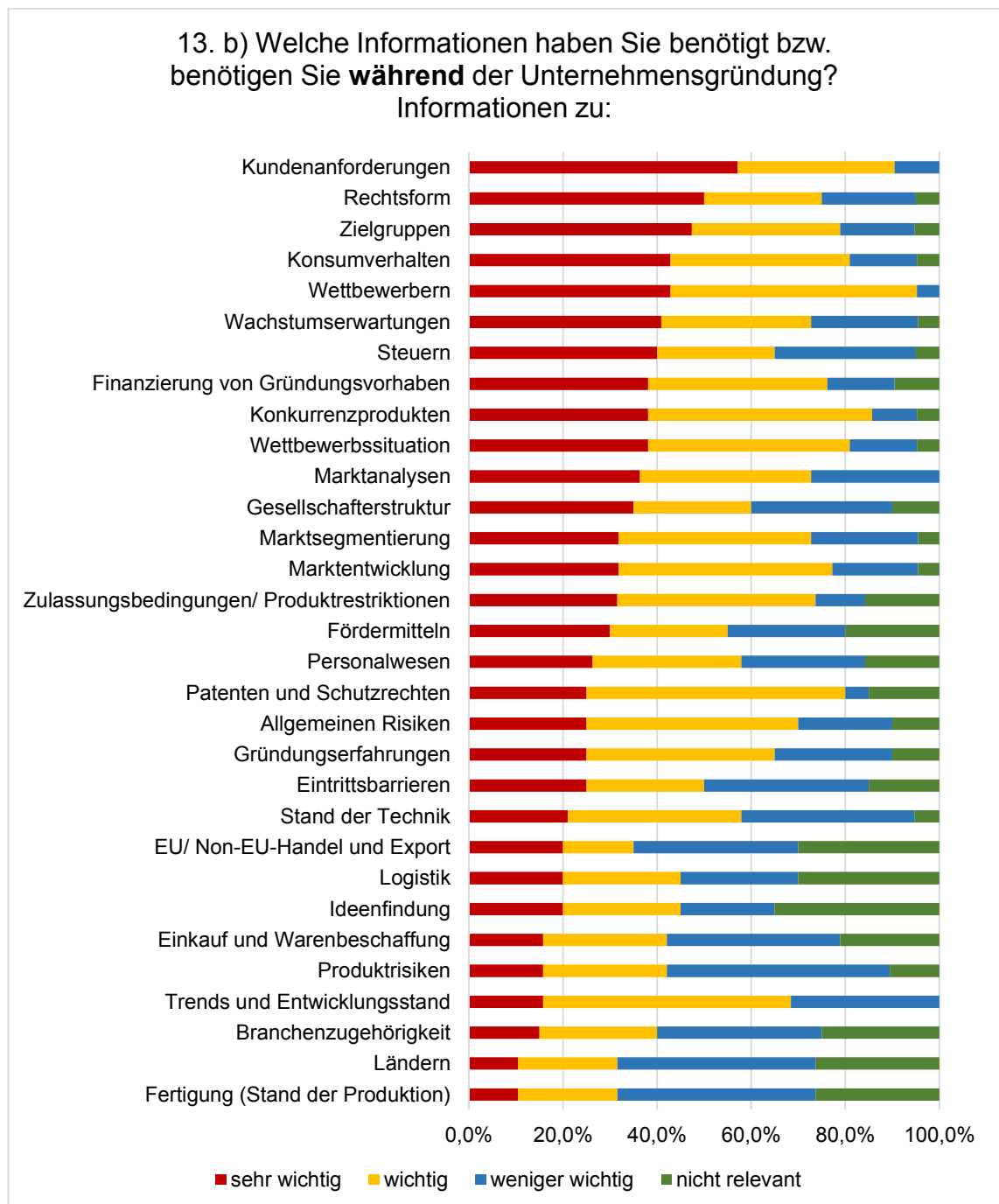


Abbildung 14: Frage 13b – spezifischer Informationsbedarf während der Gründung¹⁵⁶

Der spezifische Informationsbedarf nach der Gründung (Frage 13c) ist geprägt von dem Interesse der Befragten an Kundenbedürfnissen und der zukünftigen Entwicklung, wie zum Beispiel Marktentwicklung und Wachstumserwartungen.

¹⁵⁶ Eigene Zusammenstellung.

Auch die Auseinandersetzung mit dem Wettbewerb sowie eine hohe Wichtigkeit von Informationen zu Steuerthemen prägen diese Phase. Eine besondere Auffälligkeit in der Nachgründungsphase liegt im hohem Informationsbedarf zum Thema Personalwesen (siehe Abbildung 15).

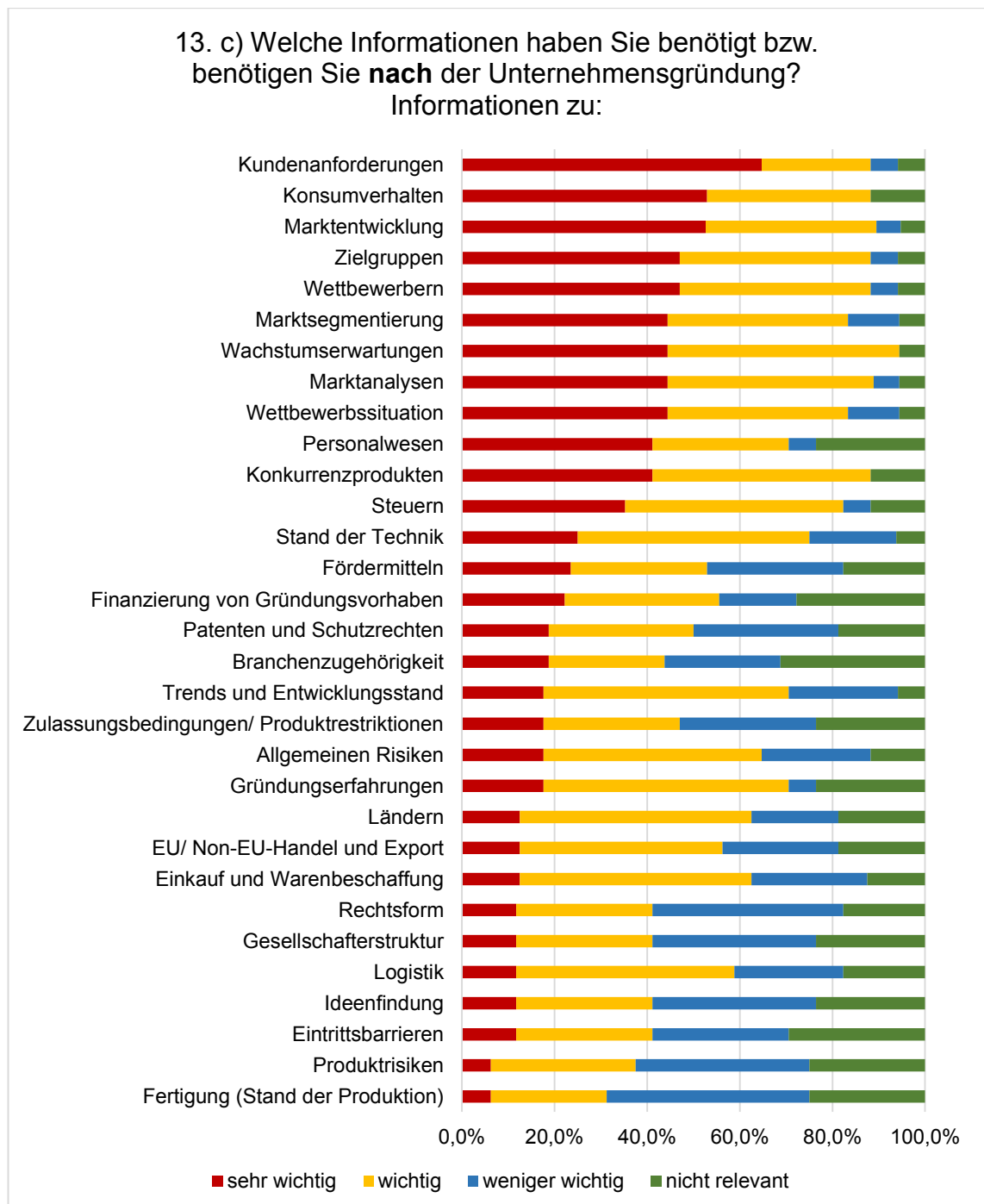


Abbildung 15: Frage 13c – spezifischer Informationsbedarf nach der Gründung¹⁵⁷

¹⁵⁷ Eigene Zusammenstellung.

Besonders erwähnenswert über alle Gründungsphasen hinweg ist die geringere Wichtigkeit der Themen: Länder, EU/ Non-EU-Handel und Export, Logistik und Fertigung (Stand der Produktion). Mögliche Gründe für diese Bewertung könnte in der Fokussierung auf den Zielmarkt Deutschland liegen (siehe Frage 5a) und in der starken Ausprägung der Unternehmensgründungen im Bereich der Dienstleistungen (siehe Frage 8).

Erfahrungen bei der Informationssuche:

Fast 90% der Befragten geben bei der Frage nach ihren Erfahrungen bei der Informationssuche (n=24) an, dass sie Schwierigkeiten hatten Informationen zu finden (siehe Abbildung 16).

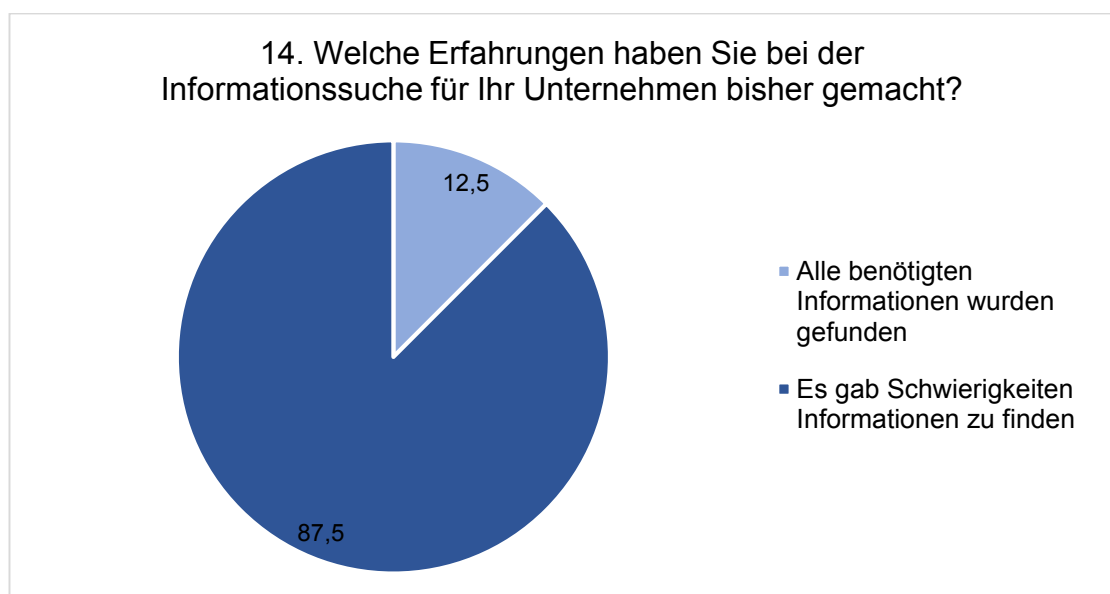


Abbildung 16: Frage 14 – Erfahrungen bei der Informationssuche¹⁵⁸

Die Befragten (n=3), die keine Probleme bei der Informationssuche hatten, nennen bei der offenen Frage nach ihren genutzten Quellen und Datenbanken (Frage 15) einerseits Institutionen wie IHK, Handwerkskammer, Handelsregister, Finanzamt, Wirtschaftsförderung und andererseits Internetquellen wie das Gründerszenemagazin oder die Website Gründer.de.

Wie zuvor erwähnt, hat ein Großteil der Gründer Schwierigkeiten bei der Informationssuche. Hierauf wird in Frage 16 näher eingegangen. Folgende Probleme stehen für die Befragten hierbei im Mittelpunkt: Der fehlende Zugang

¹⁵⁸ Eigene Zusammenstellung.

zu kostenpflichtigen Ressourcen und Datenbanken an erster Stelle, mangelnde Ressourcen für eine umfangreiche Recherche wie z.B. Zeit- und Personalmangel an zweiter Stelle und eine fehlende Übersicht über verlässliche Informationsquellen folgt an dritter Stelle. Abschließend bemängeln die Befragten nicht ausreichende Informationen zu hilfreichen Netzwerken, Fachgremien oder Verbänden. Weiterhin fehlt einigen Befragten die Möglichkeit zum Experimentieren mit Ideen z.B. offene Werkstatt/ Makerspace/ FabLab.

In Frage 17 werden die Erfahrungen bei der Suche nach Daten für die einzelnen Bereiche abgefragt. Hierbei stehen wieder die sehr wichtigen Themengebiete aus den verschiedenen Gründungsphasen im Mittelpunkt. So fehlt vor allem der Zugang zu Informationen zu Marktanalysen, -entwicklung und -segmentierung sowie zu Wachstumserwartungen. Keine relevanten Ergebnisse finden die Befragten bei Informationen zu Eintrittsbarrieren, Gründungserfahrungen und Ideenfindung (siehe Anhang 5).

Erwartungen der Gründer zu Informationsangeboten:

Auf die Mehrfachantwort-Frage 18 (n=25), welche Angebote sich die Gründer für ihre Informationssuche bei der Unternehmensgründung wünschen, stehen der Zugang zu Faktendatenbanken und Volltextdatenbanken im Vordergrund. Aber auch die Möglichkeit eines persönlichen Ansprechpartners zur Unterstützung bei der Suche wird häufig ausgewählt. Ferner werden der Zugang zu Literaturbeständen, Anleitungen zum Suchen und Push-Dienste zu themenspezifischen Informationen vereinzelt angegeben (siehe Abbildung 17).

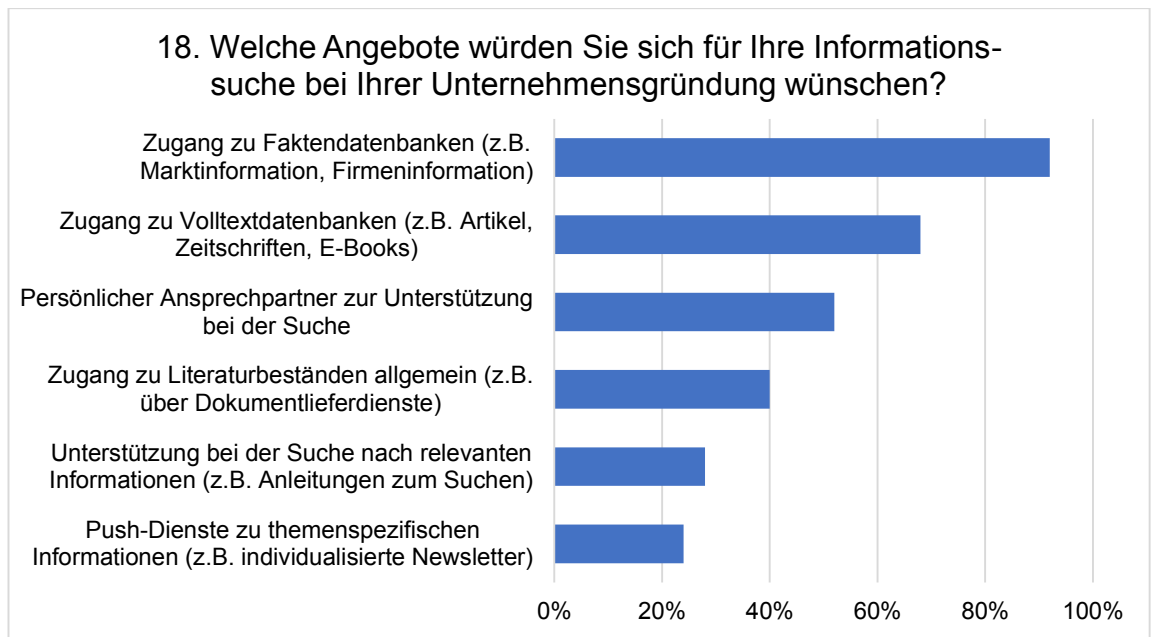


Abbildung 17: Frage 18 – Informationsangebote¹⁵⁹

Neben dem wie zuvor erwähnten, hohen Interesse am Zugang zu Faktendatenbanken sind für die Befragten auch Beratungsdienstleistungen relevant (Frage 19, n=25). Hierbei ist den befragten Gründern besonders die Beratung zu einzelnen Themen der Findungs- und Planungsphase z.B. zu Märkten, Marketing, Produkten und Prozessen wichtig (siehe Abbildung 18).

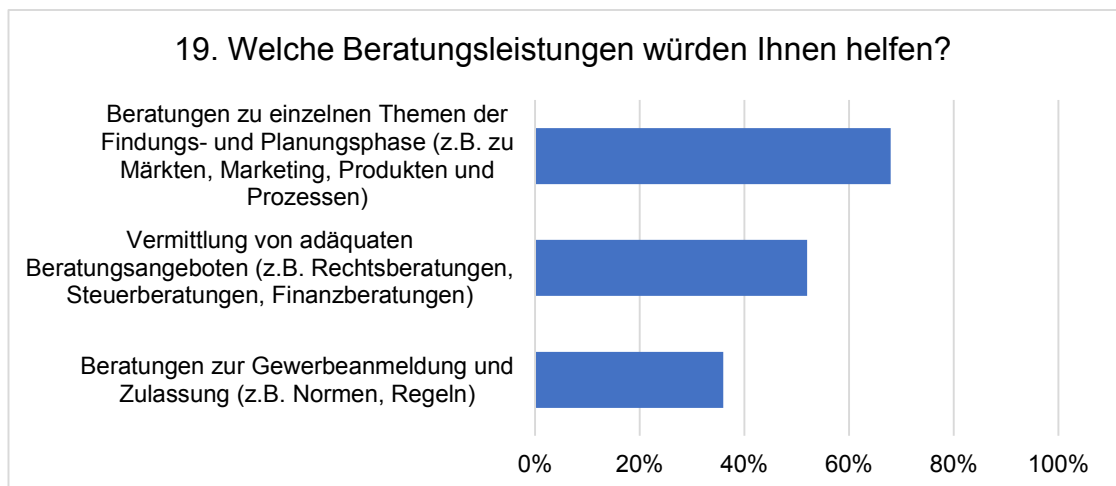


Abbildung 18: Frage 19 – Beratungsleistungen¹⁶⁰

¹⁵⁹ Eigene Zusammenstellung.

¹⁶⁰ Eigene Zusammenstellung.

Weitere spezifische Anforderungen zur Unterstützung des Informationsbedarfs (Frage 20) werden von den Teilnehmern nicht genannt, außer einem einzelnen Wunsch nach aktuellen Artikeln aus PubMed.

Die Hälfte aller Befragungsteilnehmer ist bereit, ein kostenpflichtiges Angebot anzunehmen, allerdings ist dies stark abhängig von der Höhe der Kosten (Frage 21, n=25).

Soziodemographische Daten (Frage 22 bis 28):

Die Online-Befragung haben eine Frau und 24 Männer im Alter von 23 bis 47 Jahren beendet (9x unter 30, 10x 30-39, 6x 40+). Von diesen besitzen als Bildungsabschluss 56% einen Master, 20% eine Promotion, 16% einen Bachelor und 8% ein Diplom. 21 der 25 Teilnehmer, welche die Umfrage beendet haben, stehen in einer Verbindung zur WHU und 20 dieser Teilnehmer sind ordentliches Mitglied der Alumni-Organisation „In Praxi“.

In der offenen Frage 29 zu weiteren Anregungen zum Informationsbedarf werden insbesondere Unternehmensdaten bei der Recherche zu möglichen B2B-Kunden, Partnern und Investoren sowie rechtliche Unterstützung und Aufbauinformationen als sehr hilfreich angemerkt.

Bemerkungen zur Umfrage richten sich vereinzelt auf die langen Matrixfragen und weisen auf den Aufwand in der Bearbeitung dieser hin.

Repräsentativität der Online-Befragung:

Wie bereits in Kapitel 5.2. dargestellt, lässt sich die Grundgesamtheit der Online-Befragung nicht genau bestimmen und liegt vermutlich zwischen den 198 Unternehmensgründungen auf der Website der WHU und den 471 Mitgliedern des Verteilers „Entrepreneurship“ von „In Praxi“. Diese Spanne wird der Ausarbeitung zu Grunde gelegt.

Die Repräsentativität einer Umfrage bezeichnet die Aussage, dass die Stichprobe die Grundgesamtheit mit ihren Merkmalen und Häufigkeiten in einer kleineren Form darstellt¹⁶¹ und somit Rückschlüsse von der Stichprobe auf die Grundgesamtheit möglich sind. Die Ergebnisse einer Marktforschungsstudie

¹⁶¹ Vgl. Theobald, Axel (2017): Praxis Online-Marktforschung – Grundlagen – Anwendungsbereiche – Durchführung, S. 378-381.

können, wenn die Stichprobe repräsentativ ist, auf die Grundgesamtheit hochgerechnet werden.¹⁶²

Ausgehend von der oben genannten Spanne von 198 bis 471 WHU Gründern liegt die Stichprobe von 25 beendeten Fällen zwischen 12,6% und 5,3% der Grundgesamtheit.

Da es sich bei den Gründern der WHU um eine kleine und spezifische Zielgruppe handelt, kann die Stichprobe als repräsentativ für die WHU eingeschätzt werden. Aufgrund dessen sind die Ergebnisse der Befragung als Grundlage für den Informationsbedarf der Gründer unter den Alumni verwendbar.

Beim Vergleich der Struktur der Gründer der WHU mit der Struktur der Gründerszene des IHK-Gründerreports 2017 fällt auf, dass diese beiden Gruppen hohe Ähnlichkeiten aufweisen: Gemäß des IHK-Gründerreports wagen sich deutlich mehr Männer als Frauen an die Gründung eines neuen Unternehmens und Gründer sowie Gründerinnen sind meist zwischen 35 und 55 Jahre alt. Außerdem handelt es sich oft um Personen mit einem Hochschulabschluss, die ihre Geschäftsideen vor allem im Dienstleistungsbereich entwickeln.¹⁶³ Die WHU Gründer sind tendenziell jünger, da sie durch ihr Studium frühzeitig auf das Unternehmertum vorbereitet werden. Daher starten sie vermutlich häufiger direkt im Anschluss an ihr Studium die Unternehmensgründung.

¹⁶² Vgl. Homburg, Christian (2017): Marketingmanagement – Strategie – Instrumente – Umsetzung - Unternehmensführung, S. 303.

¹⁶³ Vgl. Schulz, Corinna (2017): In sechs Monaten zum eigenen Unternehmen – IHK-Gründerreport, in: Kölner Stadt-Anzeiger, Donnerstag, 3. August 2017, S. 11.

7. Abgleich von Bibliotheksbestand und Informationsbedarf

Obgleich die Bibliothek der WHU bereits ein großes Angebot an Datenbanken und physischer Literatur aufweist (siehe Kapitel 4.2.), ist dieses für Alumni größtenteils nicht zugänglich.

Da Alumni keine aktiven Studierenden der WHU sind, können sie lediglich im Rahmen eines Gastnutzerstatus auf die Bibliothek zugreifen. Sie haben somit die Möglichkeit als Gastnutzer während der Servicezeiten der Bibliothek, diese zu besuchen und die Ressourcen vor Ort zu nutzen. Dies beinhaltet sowohl den physischen Bestand der Bibliothek als auch die Nutzung der bibliothekseigenen Computer. Allerdings ist der Zugang zu elektronischen Ressourcen hierüber eingeschränkt, da viele Datenbanken eine individuelle Netzwerkidentifizierung fordern. Ein solcher Netzwerkzugang steht nur eingeschriebenen Studierenden und Mitarbeitern der WHU zur Verfügung.¹⁶⁴

Alumni werden im Einzelfall auch per Telefon und E-Mail unterstützt, da sie die Bibliothek der WHU nur sehr selten vor Ort nutzen. Hierbei wird versucht, den Informationsbedarf der Alumni über öffentliche Bibliotheken und frei verfügbare Quellen im Internet zu bedienen.¹⁶⁵ Ferner haben Mitglieder der Alumni-Organisation über das „In Praxi“-Portal (www.myinpraxi.org)¹⁶⁶ Zugriff auf die Ressourcen, für die die Bibliothek eine Alumni-Lizenz erworben hat. Diese sind aktuell die Zeitschriftenplattform „Pressreader“ und die „Sustainable Organization Library“ (SOL).¹⁶⁷ Das umfangreiche Angebot der WHU Bibliothek und die Zugriffsmöglichkeiten der Alumni bzw. deren abgefragtes Interesse unter den Gründern der Alumni wird in nachfolgender Tabelle kurz zusammengefasst (siehe Tabelle 16).

¹⁶⁴ Vgl. E-Mail von Herrn Uwe Böttcher, Director Library WHU, am 09.08.2017.

¹⁶⁵ Vgl. ebd.

¹⁶⁶ Vgl. WHU (o.J.): Über In Praxi – WHU Alumni Association, <https://www.whu.edu/alumni/>, abgerufen am 10.08.2017.

¹⁶⁷ Vgl. Gespräch (Telefonat) mit Herrn Uwe Böttcher, Director Library WHU, am 11.07.2017.

Informations-angebot	Bibliothek WHU	Alumni Zugang	Alumni Interesse
Literatur physisch	✓	(✗) nur vor Ort	Mittel
Faktendatenbanken	✓	✗	Sehr hoch
Volltextdatenbanken	✓	✗	Hoch
Statistische Datenbanken:	✓	✗	Hoch
- Statista	✓	✗	Empfehlung Prof. ¹⁶⁸ & Incubator ¹⁶⁹
Zeitungen und Zeitschriften:	✓	(✗) teilweise	Hoch
- Pressreader	✓	✓	✓
- SOL	✓	✓	✓
Reports, Newsletter themenspezifisch	✗	✗	Mittel & Empfehlung Prof. ¹⁷⁰

✓ Vorhanden ✗ nicht vorhanden

Tabelle 16: Übersicht – Bestand und Bedarf der Informationsangebote¹⁷¹

Laut Freiling und Kollmann lässt sich der Informationsbedarf von Gründern in der Regel grob in die Gebiete Marktbedingungen, Wettbewerb und Nachfrage einteilen.¹⁷² Diese Themenschwerpunkte hat auch die vorliegende Befragung aufgedeckt (siehe Kapitel 6.). Der spezifische Bedarf der Teilnehmer der Online-Befragung richtet sich vor allem auf Informationen zu folgenden Bereichen:

- Marktbedingungen: Marktanalysen, Marktsegmentierung, Marktentwicklung, Wachstumserwartungen, Eintrittsbarrieren
- Wettbewerb: Wettbewerbssituation, Wettbewerber, Konkurrenzprodukte, Patente und Schutzrechte
- Nachfrage: Kundenanforderungen, Konsumverhalten, Zielgruppen

Dies verdeutlicht, dass sich der Informationsbedarf von Gründern unter den Alumni der WHU nicht erheblich vom allgemeinen Bedarf in der Gründerszene unterscheidet.

¹⁶⁸ Vgl. Experteninterview mit Frau Prof. Dr. Günther am 14.08.2017 (siehe Anhang 2 Gedächtnisprotokoll).

¹⁶⁹ Vgl. E-Mail von Herrn Dennis Zeiler, WHU Incubator, am 17.07.2017.

¹⁷⁰ Vgl. Experteninterview mit Herrn Prof. Dr. Hienerth am 03.08.2017 (siehe Anhang 3 Gedächtnisprotokoll).

¹⁷¹ Eigene Zusammenstellung nach Kapitel 4.2. und Kapitel 6.

¹⁷² Vgl. Freiling, Jörg; Kollmann, Tobias (2015): Entrepreneurial Marketing – Besonderheiten, Aufgaben und Lösungsansätze für Gründungsunternehmen, S. 365.

Neben dem hohen sachlichen Informationsbedarf weisen die Befragten besonders darauf hin, dass ihnen Anleitungen zur Informationssuche, Quellenübersichten sowie Zeit und Personal für umfangreiche Recherchen fehlen.

Durch die starke Einschränkung der Zugriffsmöglichkeiten für Alumni (siehe Tabelle 16, S. 45) kann der Bedarf der Unternehmensgründer mit dem aktuellen Angebot der Bibliothek der WHU nicht gedeckt werden.

Aufgrund der zuvor aufgeführten Defizite empfiehlt es sich, ein Konzept zu erstellen, mit dem die Unternehmensgründer unter den Alumni der WHU bezüglich ihres Informationsbedarfs unterstützt werden können.

8. Konzeptvorschlag eines Research Services für die Bibliothek der WHU

Auf Grundlage der Befragungsergebnisse wird ein Konzeptvorschlag für die Ausweitung des Dienstleistungsangebotes und die Einrichtung eines Research Service der Bibliothek der WHU für Unternehmensgründer unter den Alumni der WHU entwickelt. Zusätzlich zu den Befragungsergebnissen fließen Informationen aus Expertengesprächen mit Professoren der WHU ein, die den Informationsbedarf der Unternehmensgründer als sehr hoch bewerten.¹⁷³ Sie sind davon überzeugt, je besser ein Gründer informiert ist, desto erfolgreicher wird sein Unternehmen sein.¹⁷⁴

Durch die Umsetzung des Konzeptes kann die Bibliothek der WHU Unternehmensgründern unter den WHU Alumni eine Starthilfe anbieten, damit die Startups am Anfang ihrer Gründung und beim Aufbau des Unternehmens mit zusätzlichen Informationen unterstützt werden. Wie in der Befragung festgestellt, besteht der höchste Informationsbedarf der befragten Gründer in der Gründungsphase. Daher ist die zeitliche Fokussierung der Bibliotheksunterstützung genau auf die Bedürfnisse der Unternehmensgründer ausgerichtet (siehe Abbildung 12, S. 35).

Der Vorschlag für die Bibliothek der WHU wird in Form eines Stufenkonzeptes aufgebaut, um die heute schon existierenden Angebote mit weiteren Ideen anzureichern und zusätzliche Unterstützungsmaßnahmen zu entwickeln. Nachfolgend illustriert eine Grafik den Aufbau des Konzeptes, woran sich eine Erläuterung der einzelnen Schritte anschließt (siehe Abbildung 19).

¹⁷³ Vgl. Experteninterview mit Herrn Prof. Dr. Hienerth am 03.08.2017 (siehe Anhang 3 Gedächtnisprotokoll).

¹⁷⁴ Vgl. Experteninterview mit Herrn Prof. Dr. Spinler am 08.08.2017 (siehe Anhang 4 Gedächtnisprotokoll).

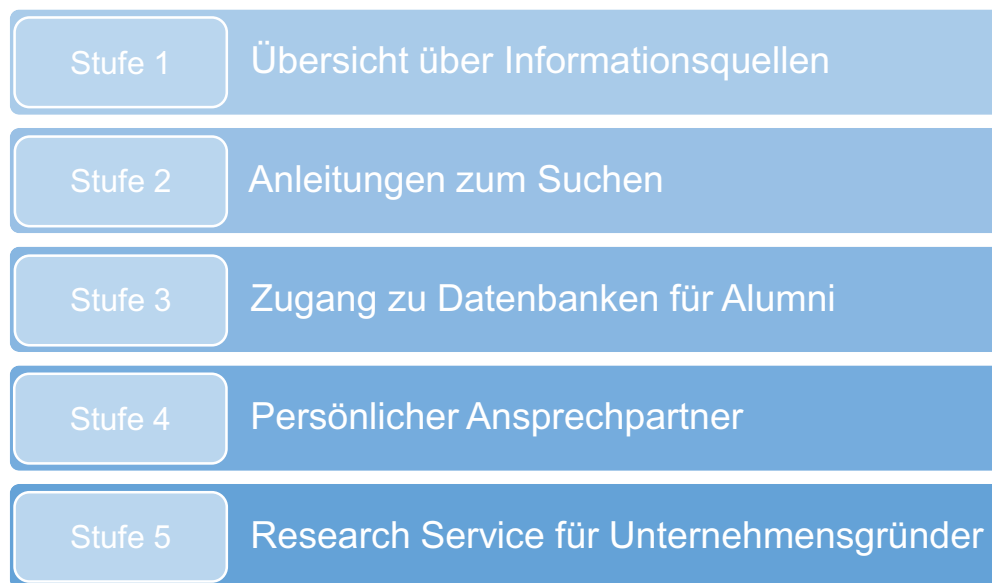


Abbildung 19: Stufenkonzept Research Service für die Bibliothek der WHU¹⁷⁵

Stufe 1 – Übersicht über Informationsquellen:

Die erste Stufe des Konzeptvorschlages zielt auf das Bedürfnis der Gründer nach Übersichten zu Informationsquellen ab (siehe S. 40). Diese Übersichten führen Quellen und ihre Inhalte innerhalb der Bibliothek sowie auch Quellen außerhalb der Bibliothek auf. Bereits heute existieren eine gute Literaturübersicht und eine Auflistung der verfügbaren Datenbanken auf den Bibliotheksseiten im Intranet der WHU. Allerdings besteht der Wunsch, unter anderem auch von Herrn Prof. Dr. Hienerth¹⁷⁶, detaillierte Informationen zu den Inhalten der Datenbanken darzustellen, um eine schnellere und leichtere Orientierung für die Nutzer zu gewährleisten. In einem zweiten Schritt wird empfohlen zudem eine technische Lösung durch die Einrichtung einer Suchmaske zu erstellen, die mit Hilfe von Schlagworten eine noch schnellere und zielgerichtete Suche für die thematischen Inhalte der Datenbanken ermöglicht. Sowohl Herr Prof. Dr. Hienerth¹⁷⁷ als auch Frau Prof. Dr. Günther¹⁷⁸ regen unabhängig voneinander die Erstellung einer solchen Suchmaske an, in die nur Schlagworte oder Begriffe zu den gesuchten Themen eingeben werden müssen, damit passende Datenbanken erscheinen. Eine solche technische Umsetzung kann sowohl auf die Bibliotheksseite im

¹⁷⁵ Eigene Zusammenstellung.

¹⁷⁶ Vgl. Experteninterview mit Herrn Prof. Dr. Hienerth am 03.08.2017 (siehe Anhang 3 Gedächtnisprotokoll).

¹⁷⁷ Vgl. ebd.

¹⁷⁸ Vgl. Experteninterview mit Frau Prof. Dr. Günther am 14.08.2017 (siehe Anhang 2 Gedächtnisprotokoll).

Intranet der WHU als auch ins „In Praxi“-Portal integriert werden. Dies erleichtert den Gründern unter den Alumni den Zugang und schafft gleichzeitig einen zusätzlichen Mehrwert der Bibliothek für eingeschriebene Studierende.

Um den Wünschen der Befragten nach Informationen zu Gründungserfahrungen und Gründungsthemen allgemein nachzukommen (siehe S. 35), werden zusätzlich Zusammenstellungen zu gründungsspezifischen Themenblöcken angeregt. Ein Beispiel für eine solche Aufstellung stellt die Übersicht zu relevanten Quellen und Nachrichten für Startups und Unternehmertum in Anhang 6 und zu gründungsrelevanter Literatur in Anhang 7 dar. Außerdem ist eine Übersicht mit verlässlichen, frei zugänglichen Informationsquellen für Gründer, wie z.B. staatliche Quellen, welche besonders zuverlässig und angesehen sind¹⁷⁹, ratsam.

Stufe 2 – Anleitungen zum Suchen:

Im Rahmen der zweiten Stufe nutzt die Bibliothek der WHU ihre eigene Informationskompetenz und bietet Anleitungen zum Suchen an. Hierdurch wird dem Bedarf der Gründer nach Unterstützung bei der Suche entsprochen (siehe Abbildung 17, S. 41). Diese Informationskompetenz, benötigte Informationen richtig zu suchen, zu finden und zu bewerten¹⁸⁰, kann über verschiedene Wege vermittelt werden. Zum einen sind Leitfäden zum Abrufen auf der Bibliotheksseite im Intranet der WHU hilfreich, die allgemeine Tipps zum erfolgreichen Suchen oder auch Kurz-Anleitungen für einzelne Datenbanken enthalten. Diese stellen auch für eingeschriebene Studenten der WHU einen Mehrwert dar und unterstreichen die Informationskompetenz der Bibliothek. Zum anderen können Anleitungen zum Suchen in Form von kurzen Videos erstellt werden, die zum Beispiel die Suche innerhalb von Datenbanken aus dem Informationsangebot der Bibliothek der WHU vorführen. Eine dritte Möglichkeit ist das Angebot einer Benutzerschulung in Form eines „Crashkurses: Suchen und Finden“, indem die Recherche von relevanten Informationen und die Nutzung der Bibliotheksressourcen kurz und anschaulich dargestellt wird (siehe

¹⁷⁹ Vgl. Holler Phillips, Carissa M. (2012): Student Consultants' Resource Use in Small Business Deliverables: A Case Study from the Illinois Business Consulting Program at the University of Illinois, in: MacDonald, Karen; Kirkwood, Hal (Hrsg.): Business Librarianship and Entrepreneurship Outreach, S. 69.

¹⁸⁰ Vgl. American Library Association (1989): Paragraph 3, in: Leonard, Elizabeth; McCaffrey, Erin (Hrsg.): Virtually embedded: the librarian in an online environment, S. 39.

Kapitel 3.1.). Zudem richtet sich ein solches Angebot nicht nur an die Zielgruppe von Gründern, sondern kann auch für aktuelle Studierende zur Verfügung gestellt werden. Eine ähnliche Idee verfolgt Frau Prof. Dr. Günther, die plant eine Schulung zum Thema Datenbanken und Datenbanknutzung in Zukunft für Doktoranden anzubieten.¹⁸¹ Eine Zusammenarbeit von der Bibliothek der WHU und Frau Prof. Dr. Günther bei einer solchen Benutzerschulung für Gründer und Doktoranden ist zu empfehlen.

Stufe 3 – Zugang zu Datenbanken für Alumni:

Der Zugang zu Fakten- und Volltextdatenbanken ist von den befragten Gründern unter den Alumni der WHU als sehr wichtig eingestuft worden (siehe Abbildung 17, S. 41). Derzeit besteht nur ein Zugang zu „Pressreader“ und der „Sustainable Organization Library“ (SOL) für Alumni über das „In Praxi“-Portal (siehe Tabelle 16, S. 45). Um den hohen und vielfältigen Informationsbedarf der Gründer unter den Alumni der WHU bedienen zu können (siehe Abbildung 13ff., S. 36-38), wird geraten, eine Überprüfung von spezifischen Alumni-Lizenzen für Fakten- und Volltextdatenbanken vorzunehmen.

Frau Prof. Dr. Günther weist im Expertengespräch explizit auf die Datenbanken Markus, Dafne und Statista hin.¹⁸² Zudem wird der Wunsch nach Statista Premium für die Alumni auch vom Incubator der WHU geäußert.¹⁸³ Darüber hinaus empfiehlt Herr Prof. Dr. Hienerth die amerikanischen Datenbanken „Crunchbase“ und „Techcrunch“, die er als eine gute Erweiterung der Informationsbasis ansieht.¹⁸⁴

Zusätzlich zu einem Alumni-Zugang zu existenten Datenbanken in der Bibliothek der WHU ist zu überlegen, ob das Angebot durch einen Zugang zu einer Datenbank mit Fokus auf Gründer- und Unternehmertum erweitert werden kann. Ein Beispiel für eine solche Datenbank ist die „ProQuest Entrepreneurship Database“¹⁸⁵, welche Zugriff auf eine Vielzahl an Dokumenten bietet und

¹⁸¹ Vgl. Experteninterview mit Frau Prof. Dr. Günther am 14.08.2017 (siehe Anhang 2 Gedächtnisprotokoll).

¹⁸² Vgl. ebd.

¹⁸³ Vgl. E-Mail von Herrn Dennis Zeiler, WHU Incubator, am 17.07.2017.

¹⁸⁴ Vgl. Experteninterview mit Herrn Prof. Dr. Hienerth am 03.08.2017 (siehe Anhang 3 Gedächtnisprotokoll).

¹⁸⁵ Vgl. ProQuest (o.J.): Entrepreneurship Database, http://www.proquest.com/products-services/pq_entrep.html, abgerufen am 22.08.2017.

verschiedenste gründungsrelevante Themen umfasst.¹⁸⁶ Neben diesen bietet die Datenbank außerdem Zugriff auf spezialisierte Werkzeuge für Unternehmensgründer zum Beispiel in Form von exemplarischen Business Plänen.¹⁸⁷ Ein weiteres Beispiel für eine Datenbank zu gründungsspezifischen Themen ist die „Entrepreneurial Studies Source“ von EBSCO, die sich unter anderem an Studenten der Betriebswirtschaftslehre richtet.¹⁸⁸

Neben dem Zugang zu Datenbanken sind auch Push-Dienste zu themenspezifischen Informationen für Gründer aus existenten Quellen interessant. Solche Reports stellen eine sinnvolle Bereicherung des Datenbestandes der Bibliothek der WHU dar. Auch Herr Prof. Dr. Hienerth äußert im Expertengespräch Interesse an periodischen Updates aus der Gründerszene.¹⁸⁹

Stufe 4 – Persönlicher Ansprechpartner in der Bibliothek:

Eine persönliche Unterstützung bei der Suche wird von den Teilnehmern der Befragung gewünscht (siehe Abbildung 17, S. 41). Grundsätzlich ist der Auskunftsdienst eine klassische Form des Bibliotheksservice (siehe Kapitel 3.1.). Um den spezifischen Bedarf der Unternehmensgründer unter den Alumni der WHU zu bedienen, ist die Benennung eines spezialisierten, persönlichen Ansprechpartners für Unternehmensgründer empfehlenswert. Dieser bietet den Gründern eine individuelle Unterstützung bei der Suche nach ihren benötigten Informationen und kann außerdem zum Themengebiet spezifische Quellenempfehlungen geben. Wie bereits festgestellt, sind viele Alumni nicht mehr vor Ort am Campus in Vallendar, sodass den Unternehmensgründern eine Möglichkeit gegeben werden muss, um elektronisch mit dem persönlichen Ansprechpartner zu kommunizieren. Neben der telefonischen Kontaktaufnahme kann die Bibliothek der WHU auch einen Austausch per E-Mail oder sogar per

¹⁸⁶ Vgl. Preddie, Martha Ingrid (2013): Towards Academic Library Support for Entrepreneurship: A Blueprint Revealing our Role, in: Caribbean Library Journal, Vol. 1, S. 9f.

¹⁸⁷ Vgl. Resch McKeown, Karen (2012): Challenges and Solutions for Libraries in Serving Entrepreneurship Needs: Findings from ProQuest Research, in: MacDonald, Karen; Kirkwood, Hal (Hrsg.): Business Librarianship and Entrepreneurship Outreach, S. 100.

¹⁸⁸ Vgl. EBSCO Information Services (2017): Entrepreneurial Studies Source, <https://www.ebsco.com/products/research-databases/entrepreneurial-studies-source>, abgerufen am 22.08.2017.

¹⁸⁹ Vgl. Experteninterview mit Herrn Prof. Dr. Hienerth am 03.08.2017 (siehe Anhang 3 Gedächtnisprotokoll).

Skype/ Videokonferenz anbieten (siehe Kapitel 3.1.). Zudem ist zu prüfen, auf der Bibliotheksseite ein Formular für eine Terminanfrage oder sogar eine wöchentliche Skype-Sprechstunde für Gründer einzurichten, die über das „In Praxi“-Portal veröffentlicht wird. Für den Fall, dass die Unternehmensgründer dieses Angebot häufig nutzen, macht es Sinn eine interne Ergebnis-Datenbank in Form eines „Wiki“ anzulegen, um bei zukünftigen ähnlich gelagerten Anfragen Doppelrecherchen zu vermeiden und den Unternehmensgründern schnellere Ergebnisse anbieten zu können.¹⁹⁰

Stufe 5 – Research Service für Unternehmensgründer:

Die individuellste Ausbaustufe des Konzeptvorschlags zur Unterstützung von Startup-Gründern unter den Alumni der WHU ist das Angebot eines Research Service. Während der persönliche Ansprechpartner (Stufe 4) die Aufgabe hat, dem Unternehmensgründer bei der Informationssuche zu helfen, übernimmt der Research Service die aktive Suche und Zusammenstellung von Informationen für den Gründer zu einem vorher festgelegten Themengebiet. Dieser Service richtet sich insbesondere auf die Zeit- und Personalknappheit, welche die Gründer als Schwierigkeit bei der Recherche angeben (siehe S. 40). Die erfolgreiche Umsetzung eines Research Service bedingt, die Einhaltung von einigen Voraussetzungen und engen Absprachen zwischen Auftraggeber und Bibliotheksmitarbeiter.

Die grundlegende Voraussetzung hierfür ist eine schriftliche Fixierung und Dokumentation sowie Bestätigung des Rechercheauftrags¹⁹¹, in der der vertrauliche Umgang mit sensiblen Informationen zur Gründung zugesichert wird. Zudem sind die Festlegung einer eindeutigen Frage- bzw. Themenstellung und die Absprache zum Zeitrahmen für die Recherche wichtig. Ferner bedarf es einer Klärung, ob in bestimmten Quellen gesucht werden soll und wie kostenpflichtige Quellen berücksichtigt werden. Weiterhin ist ein persönliches Gespräch vor Beginn der Recherche notwendig, um zu klären, ob das thematische Verständnis des Rechercheauftrages auf beiden Seiten übereinstimmt.¹⁹² Außerdem muss

¹⁹⁰ Vgl. Casey, Michael E.; Savastinuk, Laura C. (2007): Library 2.0 – A Guide to Participatory Library Service, S. 85-90.

¹⁹¹ Vgl. Pörzgen, Rainer; Schreiber, Martin (1993): Die Informationsvermittlungsstelle – Planung – Einrichtung – Betrieb, S. 33.

¹⁹² Vgl. Goemann-Singer, Alja; Graschi, Petra; Weissenberger (2004): Recherchehandbuch Wirtschaftsinformationen – Vorgehen, Quellen und Praxisbeispiele, S. 3-7.

der Gründer sich bewusst sein, dass innerhalb des Rechercheservices Informationen zusammengestellt, aber nicht ausgewertet und analysiert werden. Somit verbleibt die Verantwortung über die Interpretation und Verwendung der Informationen ausschließlich beim Gründer. Hierauf weist auch Herr Prof. Dr. Hienerth im Expertengespräch explizit hin.¹⁹³

Mit dem Research Service bietet die Bibliothek der WHU den Unternehmensgründern qualifiziert zusammengestellte Informationen als Grundlage, um Probleme zu lösen und Entscheidungen zu treffen.¹⁹⁴

Nach Abschluss eines erfolgreichen Rechercheauftrags wird empfohlen, dass die Bibliothek sich ein kurzes Feedback zur Zufriedenheit des Ablaufs und Inhalts der Recherche einholt. Zudem ist es sinnvoll, dass die Bibliothek der WHU ihre Rechercheergebnisse, unter Ausschluss sensibler Gründerdaten, anonymisiert in einem sogenannten „Wiki“ sichert, um bei ähnlichen Anfragen auf diese zurückgreifen zu können.¹⁹⁵

Darüber hinaus gehend ist der lizenzrechtlichen Situation besondere Beachtung zu schenken und die rechtmäßige Verwendung der Daten im Einzelfall abzuklären. Da die Befragten eine grundsätzliche Bereitschaft zur Annahme eines kostenpflichtigen Angebots signalisieren, kann die Prüfung einer Kostenbeteiligung bei der Nutzung entgeltlicher Informationsquellen sinnvoll sein.

Im Folgenden werden abschließende Handlungsempfehlungen zum Konzeptvorschlag für die Unterstützung der Bibliothek von Unternehmensgründern unter den Alumni der WHU aufgeführt.

Durch den persönlichen und aktiven Charakter der Stufen 4 und 5 des Konzeptvorschlags ist die Resonanz der Unternehmensgründer unter den Alumni der WHU nur schwer vorauszusagen. Diese Stufen verhelfen der WHU Bibliothek ihre Informationskompetenz, insbesondere bei Absolventen hervorzuheben. Es

¹⁹³ Vgl. Experteninterview mit Herrn Prof. Dr. Hienerth am 03.08.2017 (siehe Anhang 3 Gedächtnisprotokoll).

¹⁹⁴ Vgl. Badke, William B. (2008): Research Strategies – Finding your Way through the Information Fog, S. 24.

¹⁹⁵ Vgl. Casey, Michael E.; Savastinuk, Laura C. (2007): Library 2.0 – A Guide to Participatory Library Service, S. 85-90.

wird empfohlen, die Resonanz der Stufen 4 und 5 vor der endgültigen Einführung zu testen.

Da sich ein Service ohne Name nur schwer kommunizieren lässt, könnte eine mögliche Aussage lauten „Research Service WHU – **We Help U**“.

Im Rahmen der Online-Befragung ist von einzelnen Befragten angemerkt worden, dass sie als Unternehmensgründer bei der Informationssuche nicht an die Bibliothek der WHU gedacht hätten. Möglicherweise vergessen viele Absolventen nach Abschluss ihres Studiums das breite Informationsangebot der Bibliothek. Wenn diese These richtig ist, muss die Bibliothek aktiver mit den Absolventen kommunizieren. Um die Zielgruppe der Absolventen und Unternehmensgründer erreichen zu können, wird geraten, das Alumni-Netzwerk „In Praxi“ und deren Mitgliederportal zu nutzen sowie eine Kooperation mit dem Incubator der WHU aufzubauen. Hierbei kann einerseits der Auftritt der Bibliothek im Alumni-Portal verstärkt werden und andererseits könnte ein Bibliotheksmitarbeiter durch seine Präsenz auf Veranstaltungen der Alumni und des Incubators die Bibliothek der WHU repräsentieren und deren Informationsangebote bei Bedarf aktiv vorstellen (siehe Kapitel 3.2.).

9. Fazit

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Online-Befragung unter den Unternehmensgründern der WHU die These eines hohen Informationsbedarfes von Startup-Gründern eindeutig bestätigt. Dieser Bedarf ist in den verschiedenen Gründungsphasen sehr hoch, obgleich die Interessensschwerpunkte in den einzelnen Phasen variieren. Allerdings sind Kernthemen wie Marktgegebenheiten und -entwicklung, Wettbewerbssituation sowie Kundenanforderungen für die Gründer konstant von hoher Bedeutung. Besondere Schwierigkeiten sehen die Startup-Gründer im fehlenden Zugang zu Fakten- und Volltextdatenbanken sowie in der Ressourcenknappheit für ausführliche Recherchen im Hinblick auf Zeit und Personal.

Auch wenn sich die Umfrage nur auf die relativ kleine Zielgruppe der Unternehmensgründer unter den Alumni der WHU konzentriert und die Stichprobe der Teilnehmer klein ausfällt, können die Ergebnisse als repräsentativ betrachtet werden. Bei einem Vergleich der Struktur der Ergebnisse an der WHU mit IHK-Berichten zur deutschen Gründerszene lassen sich Ähnlichkeiten feststellen.

Obwohl die Bibliothek der WHU über ein breites Quellenangebot verfügt, ist dieses für die Alumni der Hochschule aktuell nur stark eingeschränkt zugänglich. Daher ist die WHU Bibliothek, trotz verstärkter Anfragen von Alumni nach Informationsunterstützung, aktuell nicht in der Lage, diesen Bedarf zu bedienen.

Um diese Situation zu lösen, wird für die Bibliothek der WHU ein Stufenkonzept vorgeschlagen, damit sie einerseits existente Dienstleistungen der Bibliothek ausbauen und andererseits individuelle Lösungen für die Zielgruppe der Gründer anbieten kann. Ein besonderes Kennzeichen des Stufenkonzeptes ist der Aufbau von allgemeinen, hilfeorientierten Angeboten, hin zu individuellen, auf Gründer ausgerichtete Lösungen. Insbesondere durch die Einführung eines Research Service für die Unternehmensgründer unter den Alumni der WHU, unterstützt die Bibliothek diese am Anfang ihres unternehmerischen Weges. Manche Vorschläge können mit aktuellen Mitteln umgesetzt werden, während für andere Stufen mögliche Finanzierungsfragen und Lizenzprüfungen vorangestellt werden müssen. Vor allem im Bereich des individuellen Research Service kann die personelle Ausstattung der Bibliothek ein einschränkender Faktor sein, da die

Mitarbeiter eventuell für die Informationssuche in themenspezifischen Datenbanken geschult werden müssen. Ferner ist zu überlegen, den Personalbestand aufzustocken, um eine Vertretungsregelung für den Research Service gewährleisten zu können, damit die Auslastung der Mitarbeiter nicht überstrapaziert wird.

Nach einer Testphase und anschließender erfolgreicher Einführung sollte das Stufenkonzept mit der Zeit weiterentwickelt werden, um dieses stets auf dem aktuellen Stand des Wissens und der Technik zu halten. Besondere Beachtung ist einer engen Zusammenarbeit zwischen der Bibliothek und dem „In Praxi“-Netzwerk zu schenken. Hierdurch kann die Bibliothek ihre Informationskompetenz präsentieren und durch den engen Kontakt mit der Zielgruppe ihr Dienstleistungsangebot auf deren Bedürfnisse und Anregungen abstimmen.

Zielsetzung aller Bemühungen der Bibliothek der WHU ist die Unterstützung und Hilfe für Studierende und Ehemalige der Hochschule. Um diese Ausrichtung der Bibliothek zu unterstreichen, könnte ein mögliches Motto für ihre Arbeit lauten: „Research Service WHU - **We Help U**“.

Literaturverzeichnis

- Achleitner, Ann-Kristin (o.J.): Gabler Wirtschaftslexikon - Start-up-Unternehmen, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/start-up-unternehmen.html> [abgerufen am 15.07.2017]
- Alvarez, Barbara A. (2016): Embedded business librarianship for the public library, Chicago 2016
- Atteslander, Peter (2010): Methoden der empirischen Sozialforschung, Berlin 2010
- Badke, William B. (2008): Research Strategies – Finding your Way through the Information Fog, Lincoln (Nebraska) 2008
- Beck-online Die Datenbank (o.J.): Home, <https://beck-online.beck.de/Home> [abgerufen am 29.07.2017]
- Beck-online Die Datenbank (o.J.): Impressum, <https://beck-online.beck.de/Impressum> [abgerufen am 29.07.2017]
- Bisnode (o.J.): Aktienführer Hoppenstedt, <http://www.hoppenstedt-aktienfuehrer.de/> [abgerufen am 29.07.2017]
- Blank, Steve; Dorf, Bob; Högsdal, Nils; Bartel, Daniel (2014): Das Handbuch für Startups – Schritt für Schritt zum erfolgreichen Unternehmen, Heidelberg 2014
- Board of Governors of the Federal Reserve System (o.J.): About the Fed, <https://www.federalreserve.gov/aboutthefed.htm> [abgerufen am 29.07.2017]
- Braunecker, Claus (2016): How to do Empirie, how to do SPSS – Eine Gebrauchsanleitung, Wien 2016
- Bureau van Dijk (o.J.): Amadeus, <https://www.bvdinfo.com/en-gb/our-products/company-information/international-products/amadeus> [abgerufen am 29.07.2017]
- Bureau van Dijk (o.J.): Dafne, <https://www.bvdinfo.com/en-gb/our-products/company-information/national-products/dafne> [abgerufen am 29.07.2017]
- Casey, Michael E.; Savastinuk, Laura C. (2007): Library 2.0 – A Guide to Participatory Library Service, Medford (New Jersey) 2007
- CRSP Center for Research in Security Prices (o.J.): About CRSP, <http://www.crsp.com/about-crsp> [abgerufen am 29.07.2017]
- Cusip Global Services (2015): About CGS – Broschüre, <https://www.cusip.com/pdf/CUSIP%20Timeline%20Brochure-15DEC.pdf>, über <https://www.cusip.com/cusip/about-cgs.htm> [abgerufen am 16.06.2017]
- Destatis Statistisches Bundesamt (o.J.): Startseite, <https://www.destatis.de/DE/Startseite.html> [abgerufen am 20.08.2017]

- Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V. (2016): Gründungsinteresse sinkt auf neuen Tiefpunkt – DIHK-Gründerreport 2016, Berlin 2016
- Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V. (2017): Talfahrt mit Lichtblicken – DIHK-Gründerreport 2017, Berlin 2017
- Deutscher Startup Monitor (2015): 3.DSM – Herausforderungen und Unterstützung, S. 61f., http://deutscherstartupmonitor.de/fileadmin/dsm/dsm-15/studie_dsm_2015.pdf [abgerufen am 21.08.2017]
- Dict.cc Deutsch-Englisch-Wörterbuch (o.J.): research, www.dict.cc/?s=research [abgerufen am 19.08.2017]
- Duden online (o.J.): Alumnus, <http://www.duden.de/node/710880/revisions/1618934/view> [abgerufen am 29.07.2017]
- EBSCO Discovery Service (o.J.): Expect More from a Discovery Solution, <https://www.ebscohost.com/discovery/about> [abgerufen am 29.07.2017]
- EBSCO Information Services (2017): Entrepreneurial Studies Source, <https://www.ebsco.com/products/research-databases/entrepreneurial-studies-source> [abgerufen am 22.08.2017]
- Elsevier (o.J.): Scopus, <https://www.elsevier.com/solutions/scopus> [abgerufen am 20.08.2017]
- Emerald Publishing (o.J.): eJournal Collections – A leading library of management research, <http://www.emeraldgroupublishing.com/products/collections/index.htm> [abgerufen am 29.07.2017]
- Emerald Publishing (o.J.): Emerald Management First title listings, <http://www.emeraldgroupublishing.com/products/first/listings.htm> [abgerufen am 29.07.2017]
- Financial Times (o.J.): About the FT, <https://aboutus.ft.com/en-gb/> [abgerufen am 16.06.2017]
- Fitzgerald, Kathryn; Anderson, Laura; Kula, Helen (2012): Embedded Librarians Promote an Innovation Agenda: University of Toronto Libraries and the MaRS Discovery District, in: MacDonald, Karen; Kirkwood, Hal (Hrsg.): Business Librarianship and Entrepreneurship Outreach, Abingdon 2012
- Frank, Andrea; Krempkow, René; Mostovova, Elena (2016): Gründungsradar 2016 – Wie Hochschulen Unternehmensgründungen fördern, Essen 2016
- Frankfurter Allgemeine Zeitung (2017): Frankfurter Allgemeine Archiv, <https://fazarchiv.faz.net/> [abgerufen am 16.06.2017]
- Freiling, Jörg; Kollmann, Tobias (2015): Entrepreneurial Marketing – Besonderheiten, Aufgaben und Lösungsansätze für Gründungsunternehmen, Wiesbaden 2015
- Gaus, Wilhelm (2000): Dokumentations- und Ordnungslehre – Theorie und Praxis des Information Retrieval, Berlin 2000
- Genios (o.J.): Einfach mehr Wissen! WISO – Die Online-Datenbank für Studium und Wissenschaft, <https://www.genios.de/info/wiso-net> [abgerufen am 29.07.2017]

- Gilman, Todd (2015): The Learning and Research Institution – Academic Libraries, In: Hirsh, Sandra (Hrsg.): Information Services Today – An Introduction, London 2015
- Goemann-Singer, Alja; Graschi, Petra; Weissenberger (2004): Recherchehandbuch Wirtschaftsinformationen – Vorgehen, Quellen und Praxisbeispiele, Berlin 2004
- Google Scholar (o.J.): Google Scholar – About, <https://scholar.google.de/intl/de/scholar/about.html> [abgerufen am 20.08.2017]
- Griffis, Patrick (2015): Academic libraries as community resource partners for entrepreneurs, in: Reference Services Review 43, 3, S. 461-467, <https://doi.org/10.1108/RSR-06-2015-0028> [abgerufen am 28.07.2017]
- Gründerszene Lexikon (o.J.): Entrepreneurship, <https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/entrepreneurship> [abgerufen am 29.07.2017]
- Guercke, Olaf (2014): „Buchen Sie einen Bibliothekar!“ – Chancen und Risiken der Einführung von Research-Consultation-Dienstleistungen für individuelle Nutzer an deutschen Universitätsbibliotheken, in: Kölner Arbeitspapiere zur Bibliotheks- und Informationswissenschaft, Köln 2014
- Handelsblatt (2013): Zum Tod von Otto Beisheim – Abschied von Mister Metro, <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/handel-konsumgueter/zum-tod-von-otto-beisheim-abschied-von-mister-metro/7802862.html> [abgerufen am 19.08.2017]
- Handelsblatt (o.J.): Handelsblatt ePaper, <https://epaper.handelsblatt.com/> [abgerufen am 16.07.2017]
- Hiennerth, Christoph (2017): Youtube-Video: Day1_Credits and Books, <https://www.youtube.com/watch?v=RDhVXrjJpQ0> [abgerufen am 24.08.2017]
- Hill, Michael (o.J.): The Role of Research in Venture Capital Investing, Special Libraries Association, <https://www.sla.org/career-center/the-role-of-research-in-venture-capital-investing/> [abgerufen am 13.08.2017]
- Hilpert, Wilhelm; Gillitzer, Bertold; Kuttner, Sven; Schwarz, Stephan (2014): Benutzungsdienste in Bibliotheken, in: Gantert, Klaus; Junger, Ulrike (Hrsg.): Bibliotheks- und Informationspraxis, Band 52, Berlin 2014
- Hirsh, Sandra (2015): The Transformative Information Landscape – What it means to be an information professional today, in: Hirsh, Sandra (Hrsg.): Information Services Today – An Introduction, London 2015
- Hirsh, Sandra (2015): Information Services Today – An Introduction, London 2015
- Holler Phillips, Carissa M. (2012): Student Consultants' Resource Use in Small Business Deliverables: A Case Study from the Illinois Business Consulting Program at the University of Illinois, in: MacDonald, Karen; Kirkwood, Hal (Hrsg.): Business Librarianship and Entrepreneurship Outreach, Abingdon 2012

- Homburg, Christian (2017): Marketingmanagement – Strategie – Instrumente – Umsetzung - Unternehmensführung, Wiesbaden 2017
- Hoppenfeld, Jared; Malafi, Elizabeth (2015): Engaging with entrepreneurs in academic and public libraries, *Reference Services Review* 43, 3, S. 379-399, <https://doi.org/10.1108/RSR-02-2015-0011> [abgerufen am 01.07.2017]
- IMF eLibrary (o.J.): IMF eLibrary brochure, http://www.elibrary.imf.org/staticfiles/misc/pdf/elibrary_brochure_2015_english.pdf, über <http://www.elibrary.imf.org/page/About/about> [abgerufen am 20.06.2017]
- Intranet der WHU – myWHU (o.J.): Library - Books and Articles, <https://my.whu.edu/sitesforall/library/Books%20and%20Articles/Pages/Home.aspx> [abgerufen am 16.06.2017]
- Intranet der WHU – myWHU (o.J.): Library – Databases, <https://my.whu.edu/sitesforall/library/databases/Pages/Home.aspx> [abgerufen am 16.06.2017]
- Johnson, Ian M. (2017): The intelligent university library: Developing a more comprehensive option for the researcher, in: *Information Development* 2017, Vol. 33 (2), S. 219-223, London 2017
- JSTOR (o.J.): About JSTOR, <https://about.jstor.org/> [abgerufen am 29.07.2017]
- Klostermann, Jürgen (2007): Digitale Auskunft in Bibliotheken. Eine vergleichende Evaluation zwischen ausgewählten digitalen Auskunftsverbünden, in: *Kölner Arbeitspapiere zur Bibliotheks- und Informationswissenschaft*, Band 52, Köln 2007
- Kuratko, Donald F. (2017): *Entrepreneurship – Theory, Process, Practice*, Boston 2017
- Landesbibliothekszenrum Rheinland-Pfalz (2009): *Bibliothek 2010 plus – Zukunftsweisende Bibliothekskonzepte*, Neustadt 2009
- Leavitt, Laura L; Hamilton-Pennell, Christine; Fails, Barbara (2012): An Economic Gardening Pilot Project in Michigan: Libraries and Economic Development Agencies Collaborating to Promote Entrepreneurship, in: MacDonald, Karen; Kirkwood, Hal (Hrsg.): *Business Librarianship and Entrepreneurship Outreach*, Abingdon 2012
- Leonard, Elizabeth; McCaffrey, Erin (2014): *Virtually embedded: the librarian in an online environment*, Chicago 2014
- LexisNexis (o.J.): LexisNexis Academic, <https://www.lexisnexis.com/enus/products/lexisnexis-academic.page> [abgerufen am 29.07.2017]
- OECD iLibrary (o.J.): About OECD iLibrary, <http://www.oecd-ilibrary.org/about/about.jsessionid=1d8iu5e3kkvu0.x-oecd-live-02> [abgerufen am 29.07.2017]
- OTC Markets (o.J.): About OTC Markets Group, <https://www.otcm Markets.com/about/overview> [abgerufen am 29.07.2017]
- Porst, Rolf (2009): *Fragebogen – Ein Arbeitsbuch*, Wiesbaden 2009

- Pörzgen, Rainer; Schreiber, Martin (1993): Die Informationsvermittlungsstelle – Planung – Einrichtung – Betrieb, München 1993
- Preddie, Martha Ingrid (2013): Towards Academic Library Support for Entrepreneurship: A Blueprint Revealing our Role, in: Caribbean Library Journal, Volume 1, Kingston 2013
- ProQuest (o.J.): ABI/Inform Global, http://www.proquest.com/products-services/abi_inform_global.html [abgerufen am 29.07.2017]
- ProQuest (o.J.): Ebook Central, <http://www.proquest.com/products-services/ebooks/ebooks-main.html> [abgerufen am 29.07.2017]
- ProQuest (o.J.): Entrepreneurship Database, http://www.proquest.com/products-services/pq_entrep.html [abgerufen am 22.08.2017]
- Ratzek, Wolfgang; Schreiber, Carola (2008): Bibliotheksdienstleistungen als Beitrag zur regionalen Standortentwicklung und Wirtschaftsförderung, in: Ratzek, Wolfgang; Simon, Elisabeth (Hrsg.): Wirtschaftsförderung und Standortentwicklung durch Informationsdienstleistungen. Das unterschätzte Potenzial von Bibliotheken, Berlin 2008
- RePEc (o.J.): RePEc – General principles, <http://repec.org/> [abgerufen am 20.08.2017]
- Resch McKeown, Karen (2012): Challenges and Solutions for Libraries in Serving Entrepreneurship Needs: Findings from ProQuest Research, in: MacDonald, Karen; Kirkwood, Hal (Hrsg.): Business Librarianship and Entrepreneurship Outreach, Abingdon 2012
- ResearchGate (o.J.): Factsheet – About us, [rg_fact_sheet.pdf](https://www.researchgate.net/press), über: <https://www.researchgate.net/press> [abgerufen am 20.08.2017]
- Routledge Taylor & Francis Group (o.J.): Greenleaf Publishing –The Sustainable Organization Library (SOL), <https://www.routledge.com/collections/12202/32367> [abgerufen am 29.07.2017]
- Scharf, Andreas; Schubert, Bernd; Hehn, Patrick (2012): Marketing – Einführung in Theorie und Praxis, Stuttgart 2012
- Schulz, Corinna (2017): In sechs Monaten zum eigenen Unternehmen – IHK-Gründerreport, in: Kölner Stadt-Anzeiger Donnerstag, 3. August 2017, S.11, Köln 2017
- ScienceDirect (o.J.): Explore scientific, technical and medical research on ScienceDirect, <http://www.sciencedirect.com/> [abgerufen am 29.07.2017]
- Springer (o.J.): Knowledge matters. Choose SpringerLink., <http://www.springer.com/de/products/springerlink> [abgerufen am 29.07.2017]
- SSRN (2017): SSRN – Frequently Asked Questions, <https://www.ssrn.com/en/index.cfm/ssrn-faq/> [abgerufen am 20.08.2017]
- Stadtbibliothek Stuttgart (o.J.): Willkommen auf der Internetseite der Stadtbibliothek Stuttgart, <http://www1.stuttgart.de/stadtbibliothek/> [abgerufen am 23.08.2017]

- Statista (2017): KfW – Anzahl der Gründer in Deutschland von 2000 bis 2016 (in 1.000), <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/183869/umfrage/entwicklung-der-absoluten-gruenderzahlen-in-deutschland/> [abgerufen am 25.08.2017]
- Statista (o.J.): About Statista Inc., <https://www.statista.com/aboutus/> [abgerufen am 20.08.2017]
- Strauß, Erik (2015): Praxishandbuch Start-up-Management – Von der Idee zum erfolgreichen Unternehmen, Weinheim 2015
- Theobald, Axel (2017): Praxis Online-Marktforschung – Grundlagen – Anwendungsbereiche – Durchführung, Wiesbaden 2017
- Thomson Reuters (o.J.): SDC Platinum, <https://financial.thomsonreuters.com/en/products/data-analytics/market-data/sdc-platinum-financial-securities.html> [abgerufen am 29.07.2017]
- Unipark & Questback (2017): Unipark, <http://www.unipark.com/> [abgerufen am 02.08.2017]
- University of California (o.J.): The Center for International Data – Penn World Table, <http://cid.econ.ucdavis.edu/pwt.html> [abgerufen am 29.07.2017]
- Wharton Research Data Services (o.J.): Fama-French Portfolios & Factors, <http://www.whartonwrds.com/datasets/fama-french-portfolios-factors/> [abgerufen am 29.07.2017]
- Wharton Research Data Services (o.J.): Bank Regulatory, <http://www.whartonwrds.com/datasetss/bank-regulatory/> [abgerufen am 29.07.2017]
- Wharton Research Data Services (o.J.): Direct Marketing Educational Foundation (DMEF), <http://www.whartonwrds.com/datasets/dmef/> [abgerufen am 29.07.2017]
- Wharton Research Data Services (o.J.): Dow Jones Average & Total Return Indexes, <http://www.whartonwrds.com/datasets/dow-jones-average-tri/> [abgerufen am 29.07.2017]
- WHU - Otto Beisheim School of Management (2016): Broschüre - Die WHU im Überblick, 09/2016, Vallendar 2016
- WHU - Otto Beisheim School of Management (2016): Broschüre - WHU's Partner Universities, 10/2016, Vallendar 2016
- WHU - Otto Beisheim School of Management (2016): Factsheet WHU, WHU_Fact_Sheet_09_2016.pdf, über <https://www.whu.edu/die-whu/daten-und-fakten/> [abgerufen am 29.09.2017]
- WHU - Otto Beisheim School of Management (o.J.): Bibliothek, <https://www.whu.edu/fakultaet-forschung/bibliothek/> [abgerufen am 29.07.2017]
- WHU - Otto Beisheim School of Management (o.J.): Broschüre - Master in Entrepreneurship (MSc), Vallendar ohne Jahr

- WHU - Otto Beisheim School of Management (o.J.): Entrepreneurship an der WHU, <https://www.whu.edu/entrepreneurship/> [abgerufen am 29.07.2017]
- WHU - Otto Beisheim School of Management (o.J.): Geschichte der WHU, <https://www.whu.edu/die-whu/geschichte-der-whu/> [abgerufen am 29.09.2017]
- WHU - Otto Beisheim School of Management (o.J.): IdeaLab!, <https://www.whu.edu/?id=6664> [abgerufen am 29.07.2017]
- WHU - Otto Beisheim School of Management (o.J.): Impressum, <https://www.whu.edu/impressum/> [abgerufen am 29.09.2017]
- WHU - Otto Beisheim School of Management (o.J.): In Praxi – Unternehmer und Gründer, <https://www.whu.edu/alumni/mitglieder/unternehmer-und-gruender/> [abgerufen am 11.08.2017]
- WHU - Otto Beisheim School of Management (o.J.): Master in Entrepreneurship, <https://www.whu.edu/programme/master-of-science-programme/master-in-entrepreneurship/> [abgerufen am 29.07.2017]
- WHU - Otto Beisheim School of Management (o.J.): Mission, Vision, Strategie, <https://www.whu.edu/die-whu/mission-vision-strategie/> [abgerufen am 23.08.2017]
- WHU - Otto Beisheim School of Management (o.J.): Professor Dr. h.c. mult. Otto Beisheim – Namensgeber der WHU, <https://www.whu.edu/die-whu/geschichte-der-whu/otto-beisheim/> [abgerufen am 29.07.2017]
- WHU - Otto Beisheim School of Management (o.J.): Über In Praxi – WHU Alumni Association, <https://www.whu.edu/alumni/> [abgerufen am 10.08.2017]
- WHU - Otto Beisheim School of Management (o.J.): Unternehmertum und Existenzgründung I, <https://www.whu.edu/fakultaet-forschung/entrepreneurship-and-innovation-group/unternehmertum-und-existenzgruendung-i/> [abgerufen am 29.07.2017]
- WHU - Otto Beisheim School of Management (o.J.): Unternehmertum und Existenzgründung II, <https://www.whu.edu/fakultaet-forschung/entrepreneurship-and-innovation-group/unternehmertum-und-existenzgruendung-ii/> [abgerufen am 29.07.2017]
- WHU - Otto Beisheim School of Management (o.J.): WHU im Überblick, <https://www.whu.edu/die-whu/whu-im-ueberblick/> [abgerufen am 29.07.2017]
- WHU - Otto Beisheim School of Management (o.J.): WHU Incubator, <https://www.whu.edu/fakultaet-forschung/entrepreneurship-and-innovation-group/unternehmertum-und-existenzgruendung-ii/whu-incubator/> [abgerufen am 29.07.2017]
- World Bank Group eLibrary (o.J.): About the World Bank eLibrary, <https://elibrary.worldbank.org/page/about> [abgerufen am 29.07.2017]
- WZB Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (o.J.): Bibliothek, <https://www.wzb.eu/de/literatur-daten/bibliothek?s=8189> [abgerufen am 29.07.2017]

Anhang

Anhang 1: Fragebogen zur Online-Befragung zum Informationsbedarf von Unternehmensgründern (eigene Zusammenstellung)

(Anmerkung: Die Darstellung ist angelehnt an den Originalfragebogen in Unipark, da hierrüber keine Exportmöglichkeit des Aufbaus des Online-Fragebogens möglich ist.)

Fragebogen – deutsche Version

Startseite:

Liebe/r Teilnehmer/in,

vielen Dank für Ihre Teilnahme an der folgenden Umfrage.
Die Befragung wird voraussichtlich 12 Minuten in Anspruch nehmen.

Ihre Angaben werden selbstverständlich vertraulich und anonym behandelt. Ihre Aussagen dienen statistischen und analytischen Zwecken im Rahmen einer Bachelorarbeit mit dem Ziel, den Informationsbedarf von Startup-Gründern zu untersuchen.

Bei Rückfragen können Sie sich gerne bei mir unter julia.grefkes@smail.th-koeln.de melden.

Für Ihre Unterstützung danke ich Ihnen im Voraus.

Mit freundlichen Grüßen
Julia Grefkes

Dear participant,

thank you for supporting the following survey.
This survey will take approximately 12 minutes to complete.

Your answers will be treated confidentially and anonymously. Your statements will only be used for statistical and analytical purposes as part of a bachelor thesis which deals with the demand of information of startup founders.

If you have any queries please do not hesitate to contact me
(julia.grefkes@smail.th-koeln.de).

Thank you for your support!

Kind regards
Julia Grefkes

Bitte wählen Sie eine Sprache. (Please select a language.)

- **Deutsch (German)**
- Englisch (English)

Startup-Informationen

1. Haben Sie bereits ein Unternehmen gegründet?
 - Ja, ich habe bereits ein Unternehmen gegründet.
 - Nein, ich plane, ein Unternehmen zu gründen.
2. Wann planen Sie Ihr Unternehmen zu gründen? (Filter)
 - In 1 – 6 Monaten
 - In 7 – 12 Monaten
 - In 13 – 18 Monaten
 - Später

Hinweis: Nachfolgend werden die Fragen zur besseren Übersicht hinsichtlich eines bereits bestehenden Unternehmens formuliert.

3. Wann haben Sie Ihr Unternehmen gegründet? (Filter)
 - Monat/Jahr:
4. In welcher Phase der Gründung befinden Sie sich gerade?
 - Findungsphase, Experimentier- und Vorbereitungsphase
 - Konzeptions- und Planungsphase, Gewerbeanmeldung/ Anmeldung beim Finanzamt
 - Nachgründungsphase – Unternehmensfortschrittprüfung
5. a) Welches Land ist Ihr Zielmarkt? (Mehrfachnennung möglich – z.B. Land 1, Land 2, Land 3)

b) In welchem Land ist der Hauptsitz Ihres Unternehmens?
6. Mit wie vielen Gründern, inklusive Ihnen, haben Sie ihr Unternehmen aufgebaut? (*Gründer sind in diesem Kontext: Einzelpersonen oder ein Team mehrerer Personen, die eine Geschäftsidee entwickeln und gemeinsam ein Unternehmen aufbauen.*)
 - 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
 - >5
7. Wie viele Mitarbeiter hat Ihr Unternehmen derzeit? (*ohne Gründer*)
8. In welchem Tätigkeitsfeld agiert Ihr Unternehmen?
 - Dienstleistung

- Produzierendes Gewerbe
- Verarbeitendes Gewerbe
- Sonstiges:

9. Welche Art von Dienstleistung bietet Ihr Unternehmen an? (Filter)

- Verbraucherbezogene Dienstleistung (z.B. Gastronomie, Banken, Versicherungen)
- Produktionsbezogene Dienstleistung (z.B. Unternehmensberatung, Marktforschung)
- Sonstiges:

10. Welche Interessen verfolgt Ihr Unternehmen im produzierenden oder verarbeitenden Gewerbe? (Mehrfachnennungen möglich) (Filter)

- ☐ Herstellung eines neuen Gutes
- ☐ Einführung einer neuen Produktionsmethode
- ☐ Erschließung eines neuen Absatzmarktes
- ☐ Nutzung neuer Bezugsquellen von Rohstoffen
- ☐ Herstellung einer neuen Qualität eines bestehenden Gutes
- ☐ Sonstiges:

11. In welcher Branche ist Ihr Unternehmen tätig? (Mehrfachnennungen möglich)

- ☐ Beratung und Consulting
- ☐ Banken und Finanzdienstleistungen
- ☐ Personal
- ☐ Konsumgüter
- ☐ Marketing und Design
- ☐ Public Relations
- ☐ Verbände und Einrichtungen
- ☐ Sport
- ☐ Umwelt
- ☐ Automobil- und Zuliefererindustrie
- ☐ Transport und Logistik
- ☐ Verkehr
- ☐ Tourismus
- ☐ Telekommunikation
- ☐ Informationstechnologie
- ☐ Maschinenbau
- ☐ metallverarbeitende Industrie
- ☐ Lebensmittelindustrie
- ☐ chemische Industrie
- ☐ Baugewerbe
- ☐ Immobilien
- ☐ Land- und Forstwirtschaft
- ☐ Kunst und Kultur
- ☐ Erziehung und Soziales
- ☐ Bildung und Wissenschaft
- ☐ Steuern und Recht
- ☐ Gesundheit, Pharma und Medizin
- ☐ Andere Branche:

Informationsbedarf

12. Wie hoch schätzen Sie Ihren Informationsbedarf als Gründer ein? (Matrix)

	Sehr hoch	hoch	mittel	gering	Kein Informationsbedarf
Vor der Gründung (Findungsphase, Experimentier- und Vorbereitungsphase)	o	o	o	o	o
während der Gründung (Konzeptions- und Planungsphase, Gewerbeanmeldung/ Anmeldung beim Finanzamt)	o	o	o	o	o
nach der Gründung (Nachgründungsphase – Unternehmensfortschrittprüfung)	o	o	o	o	o

13. Welche Informationen haben Sie benötigt bzw. benötigen Sie
a) vor der Unternehmensgründung (d. h. in der Findungsphase, Experimentier- und Vorbereitungsphase)? (Matrix)

Informationen zu:	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	nicht relevant
- Eintrittsbarrieren	o	o	o	o
- Gründungserfahrungen	o	o	o	o
- Ideenfindung	o	o	o	o
- Branchenzugehörigkeit	o	o	o	o
- Wettbewerbssituation	o	o	o	o
- Wettbewerber	o	o	o	o
- Konkurrenzprodukten	o	o	o	o
- Allgemeinen Risiken	o	o	o	o
- Marktanalysen	o	o	o	o
- Marktentwicklung	o	o	o	o
- Wachstumserwartungen	o	o	o	o
- Marktsegmentierung	o	o	o	o
- Kundenanforderungen	o	o	o	o
- Konsumverhalten	o	o	o	o
- Zielgruppen	o	o	o	o
- Stand der Technik	o	o	o	o
- Zulassungsbedingungen/ Produktrestriktionen	o	o	o	o
- Patenten und Schutzrechten	o	o	o	o
- Trends und Entwicklungsstand	o	o	o	o
- Fertigung (Stand der Produktion)	o	o	o	o
- Produktrisiken	o	o	o	o
- Logistik	o	o	o	o
- Einkauf und Warenbeschaffung	o	o	o	o

- EU/ Non-EU-Handel und Export	o	o	o	o
- Fördermitteln	o	o	o	o
- Ländern	o	o	o	o
- Gesellschafterstruktur	o	o	o	o
- Rechtsform	o	o	o	o
- Steuern	o	o	o	o
- Finanzierung von Gründungsvorhaben	o	o	o	o
- Personalwesen	o	o	o	o
- Weitere: <input type="text"/>	o	o	o	o

b) während der Gründungsphase (d.h. in der Konzeptions- und Planungsphase, Gewerbeanmeldung/ Anmeldung beim Finanzamt)? (Matrix)
Informationen zu:

	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	nicht relevant
- Eintrittsbarrieren	o	o	o	o
- Gründungserfahrungen	o	o	o	o
- Ideenfindung	o	o	o	o
- Branchenzugehörigkeit	o	o	o	o
- Wettbewerbssituation	o	o	o	o
- Wettbewerber	o	o	o	o
- Konkurrenzprodukten	o	o	o	o
- Allgemeinen Risiken	o	o	o	o
- Marktanalysen	o	o	o	o
- Marktentwicklung	o	o	o	o
- Wachstumserwartungen	o	o	o	o
- Marktsegmentierung	o	o	o	o
- Kundenanforderungen	o	o	o	o
- Konsumverhalten	o	o	o	o
- Zielgruppen	o	o	o	o
- Stand der Technik	o	o	o	o
- Zulassungsbedingungen/ Produktrestriktionen	o	o	o	o
- Patenten und Schutzrechten	o	o	o	o
- Trends und Entwicklungsstand	o	o	o	o
- Fertigung (Stand d. Produktion)	o	o	o	o
- Produktrisiken	o	o	o	o
- Logistik	o	o	o	o
- Einkauf und Warenbeschaffung	o	o	o	o
- EU/ Non-EU-Handel und Export	o	o	o	o
- Fördermitteln	o	o	o	o
- Ländern	o	o	o	o
- Gesellschafterstruktur	o	o	o	o
- Rechtsform	o	o	o	o
- Steuern	o	o	o	o

- Finanzierung von Gründungsvorhaben	0	0	0	0
- Personalwesen	0	0	0	0
- Weitere: <input type="text"/>	0	0	0	0

c) nach der Gründungsphase (d.h. in der Nachgründungsphase Unternehmensfortschrittprüfung)? (Matrix)

Informationen zu:	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	nicht relevant
- Eintrittsbarrieren	0	0	0	0
- Gründungserfahrungen	0	0	0	0
- Ideenfindung	0	0	0	0
- Branchenzugehörigkeit	0	0	0	0
- Wettbewerbssituation	0	0	0	0
- Wettbewerber	0	0	0	0
- Konkurrenzprodukten	0	0	0	0
- Allgemeinen Risiken	0	0	0	0
- Marktanalysen	0	0	0	0
- Marktentwicklung	0	0	0	0
- Wachstumserwartungen	0	0	0	0
- Marktsegmentierung	0	0	0	0
- Kundenanforderungen	0	0	0	0
- Konsumverhalten	0	0	0	0
- Zielgruppen	0	0	0	0
- Stand der Technik	0	0	0	0
- Zulassungsbedingungen/ Produktrestriktionen	0	0	0	0
- Patenten und Schutzrechten	0	0	0	0
- Trends und Entwicklungsstand	0	0	0	0
- Fertigung (Stand der Produktion)	0	0	0	0
- Produktrisiken	0	0	0	0
- Logistik	0	0	0	0
- Einkauf und Warenbeschaffung	0	0	0	0
- EU/ Non-EU-Handel und Export	0	0	0	0
- Fördermitteln	0	0	0	0
- Ländern	0	0	0	0
- Gesellschafterstruktur	0	0	0	0
- Rechtsform	0	0	0	0
- Steuern	0	0	0	0
- Finanzierung von Gründungsvorhaben	0	0	0	0
- Personalwesen	0	0	0	0
- Weitere: <input type="text"/>	0	0	0	0

14. Welche Erfahrungen haben Sie bei der Informationssuche für Ihr Unternehmen bisher gemacht?

- ☐ Alle benötigten Informationen wurden gefunden
- ☐ Es gab Schwierigkeiten Informationen zu finden
- ☐ Sonstiges:

15. Mit welchen Datenbanken und Quellen haben Sie gearbeitet? (Filter)

16. Welche Schwierigkeiten haben sich bei Ihrer Suche ergeben? (Filter)
(Mehrfachnennung möglich)

- ☐ Fehlende Übersicht über verlässliche Informationsquellen
- ☐ Fehlender Zugang zu kostenpflichtigen Ressourcen und Datenbanken
- ☐ Fehlende Informationen zu hilfreichen Netzwerken, Fachgremien oder Verbänden
- ☐ Fehlende Ressourcen für eine umfangreiche Recherche wie z.B. Zeit- und Personalmangel
- ☐ Fehlende Möglichkeit zum Experimentieren mit Ideen (z.B. offene Werkstatt/ Makerspace/ FabLab)
- ☐ Sonstiges:

17. Bei welchen Informationen hatten Sie Schwierigkeiten Daten zu finden oder auf Daten zuzugreifen? (Matrix)

Informationen zu:	kein Zugriff	keine relevanten Ergebnisse	keine Probleme
- Eintrittsbarrieren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Gründungserfahrungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Ideenfindung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Branchenzugehörigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Wettbewerbssituation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Wettbewerber	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Konkurrenzprodukten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Allgemeinen Risiken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Marktanalysen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Marktentwicklung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Wachstumserwartungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Marktsegmentierung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Kundenanforderungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Konsumverhalten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Zielgruppen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Stand der Technik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Zulassungsbedingungen/ Produktrestriktionen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Patenten und Schutzrechten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Trends und Entwicklungsstand	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Fertigung (Stand der Produktion)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Produktrisiken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Logistik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- Einkauf und Warenbeschaffung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- EU/ Non-EU-Handel und Export	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Fördermitteln	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Ländern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Gesellschafterstruktur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Rechtsform	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Steuern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Finanzierung von Gründungsvorhaben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Personalwesen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Weitere:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. Welche Angebote würden Sie sich für Ihre Informationssuche bei Ihrer Unternehmensgründung wünschen? (Mehrfachnennungen möglich)

- ☐ Zugang zu Faktendatenbanken (z.B. Marktinformation, Firmeninformation)
- ☐ Zugang zu Volltextdatenbanken (z.B. Artikel, Zeitschriften, E-Books)
- ☐ Zugang zu Literaturbeständen allgemein (z.B. über Dokumentlieferdienste)
- ☐ Unterstützung bei der Suche nach relevanten Informationen (z.B. Anleitungen zum Suchen)
- ☐ Push-Dienste zu themenspezifischen Informationen (z.B. individualisierte Newsletter)
- ☐ Persönlicher Ansprechpartner zur Unterstützung bei der Suche
- ☐ Sonstiges:

19. Welche Beratungsleistungen würden Ihnen helfen? (Mehrfachnennungen möglich)

- ☐ Beratungen zu einzelnen Themen der Findungs- und Planungsphase (z.B. zu Märkten, Marketing, Produkten und Prozessen)
- ☐ Beratungen zur Gewerbeanmeldung und Zulassung (z.B. Normen, Regeln)
- ☐ Vermittlung von adäquaten Beratungsangeboten (z.B. Rechtsberatungen, Steuerberatungen, Finanzberatungen)
- ☐ Sonstiges:

20. Haben Sie noch weitere spezifische Anforderungen zur Unterstützung Ihres Informationsbedarfes bei der Unternehmensgründung, die bisher nicht zur Auswahl standen?

- ☐ Ja, und zwar:
- ☐ Nein

21. Wären Sie bereit, Angebote und Serviceleistungen zur Unterstützung bei der Informationssuche für Ihre Unternehmensgründung zu bezahlen?

- ☐ Ja
- ☐ Nein
- Bemerkungen:

Soziodemografische Daten

22. Was ist Ihr Geschlecht?

- ☐ Weiblich
- ☐ Männlich

23. Wann wurden Sie geboren (Geburtsjahr)?

24. Welchen Bildungsabschluss haben Sie?

- ☐ Abitur
- ☐ Bachelor
- ☐ Master
- ☐ Promotion
- ☐ Habilitation
- ☐ Sonstiges:

25. Stehen Sie in einer Verbindung zur WHU – Otto Beisheim School of Management?

- ☐ Ja
- ☐ Nein

26. a) Ich bin ... (Mehrfachnennung möglich) (Filter)

- ☐ Eingeschriebener Bachelor-Student der WHU
- ☐ Eingeschriebener Master-Student der WHU
- ☐ Doktorand der WHU
- ☐ Angestellter der WHU
- ☐ (Ehemaliger) Austauschstudent der WHU
- ☐ Absolvent der WHU
- ☐ Selbstständiger Unternehmer
- ☐ Sonstiges:

27. b) Sind Sie Mitglied der Alumni-Organisation „In Praxi“ der WHU?

- ☐ Ja, ordentliches Mitglied, seit:
- ☐ Ja, Friends, seit:
- ☐ Nein, kein Mitglied

28. Ich bin ...

- ☐ Eingeschriebener Bachelor-Student
- ☐ Eingeschriebener Master-Student
- ☐ Doktorand
- ☐ Angestellter
- ☐ Selbstständiger Unternehmer
- ☐ Sonstiges:

29. a) Haben Sie weitere Anregungen zum Informationsbedarf eines Unternehmensgründers?

b) Haben Sie Anmerkungen zur Umfrage?

30. Endseite: Vielen Dank für Ihre Teilnahme! Ihre Angaben wurden erfasst, Sie können das Fenster nun schließen.

Fragebogen – Englische Version:

Startpage:

Dear participant,

thank you for supporting the following survey.

This survey will take approximately 12 minutes to complete.

Your answers will be treated confidentially and anonymously. Your statements will be used for statistical and analytical purposes as part of a bachelor thesis which deals with the demand of information of startup founders.

If you have any queries please do not hesitate to contact me (julia.grefkes@smail.th-koeln.de).

Thank you for your support!

Kind regards
Julia Grefkes

Bitte wählen Sie eine Sprache. (Please select a language.)

- ☐ Deutsch (German)
- ☒ **Englisch (English)**

start-up information

1. In which foundation state is your start-up company at the moment?
 - ☐ I'm planning to establish a start-up company.
 - ☐ I already established a start-up company.
2. When do you plan to establish your start-up company?
 - ☐ 1 – 6 months
 - ☐ 7 – 12 months
 - ☐ 13 – 18 months
 - ☐ at a later date

Note: For an easy handling of the questionnaire following questions will be treated as if your company has already been set up.

3. When did you establish your start-up company?
 - ☐ Month/year:
4. Which stage is your company currently in?
 - ☐ identification-stage, test-stage, preparation-stage
 - ☐ conceptual stage, planning-stage, business registration
 - ☐ post-founding-stage, business progress review

5. a) Where is the target market of your company? (Multiple answers possible – e.g. country 1, country 2, country 3)

- b) Where are your headquarters?

6. How many founders established your start-up company including yourself? (*Founders are here defined as: one individual or a team of various people who work on a business idea and found a company together.*)

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ >5

7. How many employees work in your start-up company? (without founders)

8. In which field is your company working?

- ☐ services
- ☐ manufacturing industry
- ☐ processing industry
- ☐ other:

9. Which kind of service provides your company?

- ☐ services with focus on consumers (e.g. catering, bank, insurance)
- ☐ services with focus on products (e.g. business consulting, market research)
- ☐ other:

10. Which manufacturing or processing focus has your company? (Multiple answers possible)

- ☐ creating new products
- ☐ introducing a new production method
- ☐ developing a new sales market/ channel
- ☐ using a new source of supply for resources
- ☐ creating a new quality of existing products
- ☐ other:

11. Which sector does your company belong to? (Multiple answers possible)

- ☐ consulting
- ☐ bank and financial services
- ☐ human resources
- ☐ consumer goods
- ☐ marketing and design
- ☐ public relations
- ☐ organizations and industrial associations
- ☐ sports
- ☐ environment

- ☐ automotive and supplier industry
- ☐ transport and logistics
- ☐ traffic
- ☐ tourism
- ☐ telecommunication
- ☐ information technology
- ☐ engineering
- ☐ metalworking industry
- ☐ food industry
- ☐ chemical industry
- ☐ building industry
- ☐ real estate
- ☐ agriculture and forestry
- ☐ art and culture
- ☐ parenting and social service
- ☐ education and science
- ☐ taxes and law
- ☐ health, pharmaceutical industry and medicine
- ☐ other sectors:

information demand

12. How do you evaluate your information demand as a founder?

	Very high	high	medium	Minor	No information need
pre-founding-stage (identification-stage, test-stage, preparation-stage)	o	o	o	o	o
founding-stage (conceptional stage, planning-stage, business registration)	o	o	o	o	o
post-founding-stage (after-founding-stage, business progress review)	o	o	o	o	o

13. Which kind of information did you need/ do you need

a) in the pre-founding-stage (identification-stage, test-stage, preparation-stage)?

Information about:	very important	important	less important	not relevant
- market entrance limitations	o	o	o	o
- founding experiences	o	o	o	o
- creation of ideas	o	o	o	o
- branch of industry	o	o	o	o
- competitive situation	o	o	o	o
- competitors	o	o	o	o
- competing products	o	o	o	o

- general risks	0	0	0	0
- market analyses	0	0	0	0
- market development	0	0	0	0
- growth expectations	0	0	0	0
- market segmentation	0	0	0	0
- customer requirements	0	0	0	0
- consumer behaviour	0	0	0	0
- target groups	0	0	0	0
- latest state of technology	0	0	0	0
- admission requirements/ product restrictions	0	0	0	0
- patents and trademarks	0	0	0	0
- trends and stage of development	0	0	0	0
- state of production	0	0	0	0
- product risks	0	0	0	0
- logistics	0	0	0	0
- purchase and sourcing of goods	0	0	0	0
- EU/ non-EU trade and export regulations	0	0	0	0
- subsidies	0	0	0	0
- target countries	0	0	0	0
- shareholder structure	0	0	0	0
- legal structure	0	0	0	0
- tax regulations	0	0	0	0
- funding of planed foundation	0	0	0	0
- human resource management	0	0	0	0
- other: <input type="text"/>	0	0	0	0

b) in the founding-stage (conceptional stage, planning-stage, business registration)?

Information about:	very important	important	less important	not relevant
- market entrance	0	0	0	0
- limitations	0	0	0	0
- founding experiences	0	0	0	0
- creation of ideas	0	0	0	0
- branch of industry	0	0	0	0
- competitive situation	0	0	0	0
- competitors	0	0	0	0
- competing products	0	0	0	0
- general risks	0	0	0	0
- market analyses	0	0	0	0
- market development	0	0	0	0
- growth expectations	0	0	0	0
- market segmentation	0	0	0	0
- customer requirements	0	0	0	0
- consumer behaviour	0	0	0	0

- target groups	0	0	0	0
- latest state of technology	0	0	0	0
- admission requirements/ product restrictions	0	0	0	0
- patents and trademarks	0	0	0	0
- trends and stage of development	0	0	0	0
- state of production	0	0	0	0
- product risks	0	0	0	0
- logistics	0	0	0	0
- purchase and sourcing of goods	0	0	0	0
- EU/ non-EU trade and export regulations	0	0	0	0
- subsidies	0	0	0	0
- target countries	0	0	0	0
- shareholder structure	0	0	0	0
- legal structure	0	0	0	0
- tax regulations	0	0	0	0
- funding of planed foundation	0	0	0	0
- human resource management	0	0	0	0
- other: <input type="text"/>	0	0	0	0

c) in the post-founding-stage (after-founding-stage, business progress review)?

Information about:	very important	important	less important	not relevant
- market entrance				
limitations	0	0	0	0
- founding experiences	0	0	0	0
- creation of ideas	0	0	0	0
- branch of industry	0	0	0	0
- competitive situation	0	0	0	0
- competitors	0	0	0	0
- competing products	0	0	0	0
- general risks	0	0	0	0
- market analyses	0	0	0	0
- market development	0	0	0	0
- growth expectations	0	0	0	0
- market segmentation	0	0	0	0
- customer requirements	0	0	0	0
- consumer behaviour	0	0	0	0
- target groups	0	0	0	0
- latest state of technology	0	0	0	0
- admission requirements/ product restrictions	0	0	0	0
- patents and trademarks	0	0	0	0
- trends and stage of development	0	0	0	0

- state of production	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- product risks	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- logistics	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- purchase and sourcing of goods	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- EU/ non-EU trade and export regulations	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- subsidies	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- target countries	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- shareholder structure	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- legal structure	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- tax regulations	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- funding of planned foundation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- human resource management	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- other: <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. What did you experience during your information research process for your company?

- ☐ required information available
☐ difficulties to find information
☐ other:

15. Which databases and sources did you use?

16. Which difficulties did you experience during your information research process? (Multiple answers possible)

- ☐ missing overview of reliable sources
☐ missing access to fee-based databases and sources
☐ missing information to helpful networks, expert committees or industry associations
☐ missing resources for a comprehensive research like time and manpower
☐ missing possibilities to experiment with ideas (e.g. open studios, makerspace, FabLab)
☐ other:

17. Which information was difficult to find data on or where did you have problems in getting access to relevant data?

Information about:	no access	no relevant results	no problems
- market entrance limitations	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- founding experiences	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- creation of ideas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- branch of industry	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- competitive situation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- competitors	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- competing products	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- general risks	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- market analyses	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- market development	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- growth expectations	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- market segmentation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- customer requirements	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- consumer behaviour	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- target groups	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- latest state of technology	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- admission requirements/ product restrictions	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- patents and trademarks	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- trends and stage of development	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- state of production	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- product risks	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- logistics	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- purchase and sourcing of goods	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- EU/ non-EU trade and export regulations	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- subsidies	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- target countries	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- shareholder structure	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- legal structure	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- tax regulations	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- funding of planned foundation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- human resource management	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- other: <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. What service regarding information research are you interested in?
(Multiple answers possible)

- ☐ access to fact databases (e.g. market information, company information)
- ☐ access to full text database systems (e.g. articles, journals, e-books)
- ☐ access to body of literature general (e.g. document delivery service)
- ☐ support in researching relevant information (e.g. research instruction)
- ☐ push-service for specific topics (e.g. individual newsletter)
- ☐ individual contact person as research support
- ☐ other:

19. What are the consulting services you are interested in? (Multiple answers possible)

- ☐ consulting for specific topics in identification and preparation stage (e.g. for markets, marketing, products and processes)
- ☐ consulting for your business registration and permissions (e.g. standards, regulations)
- ☐ offering of appropriate consulting services (e.g. legal advice, tax advice, financial consultancy)
- ☐ other:

20. Do you have additional requests for information support regarding your foundation of a company which you didn't find in the survey?

- ☐ yes:
☐ no

21. Would you be willing to pay for information research services regarding your setup of a company?

- ☐ yes
☐ no
comment:

sociodemographic information

22. What is your gender?

- ☐ female
☐ male

23. When were you born (year of birth)?

24. Which educational level did you achieve?

- ☐ a-levels
☐ bachelor's degree
☐ master's degree
☐ doctoral studies
☐ habilitation
☐ others:

25. Do you bear a relation to WHU – Otto Beisheim School of Management?

- ☐ yes
☐ no

26. I am a ... (Multiple answers possible – e.g. alumnus and master student)

- ☐ bachelor student at WHU
☐ master student at WHU
☐ doctorand at WHU
☐ employee at WHU
☐ (ex) exchange student at WHU
☐ alumnus at WHU
☐ independent entrepreneur
☐ others:

27. Are you a member of the alumnus organisation „In Praxi“ at WHU?

- ☐ yes, regular member, since:
☐ yes, Friends, since:
☐ no member

28. I am a ...

- ☐ bachelor student
- ☐ master student
- ☐ doctorand
- ☐ employee
- ☐ independent entrepreneur
- ☐ others:

29. a) Do you have further suggestions or comments regarding the need for information of a startup founder?

b) Do you have any remarks regarding the survey?

30. Endpage: Thank you for your participation! Your answers have been captured. You can close this tab now.

Gedächtnisprotokoll zum Interview mit Frau Prof. Dr. Christine Günther
Montag, 14.08.2017

Expertenmeinung zum Thema Informationsbedarf von Startups

1. Wie würden Sie den Informationsbedarf von Startups einschätzen?
 - Abhängig von den Phasen in denen die Startups sind
 - Alles für Startups interessant, was ihnen hilft den Markt, in den sie eintreten wollen, einzuschätzen
 - Tendenziell vorhanden
2. Wie weit unterstützt das Lehrangebot der WHU zukünftige Gründer bei der Informationssuche?
 - Speziell wo Studierende suchen müssen eher nicht
 - Eher Inhaltlich: wie zum Beispiel für Wettbewerbsanalysen, wie die Struktur des Marktes ist (Stärken der Wettbewerber, Stärken als Startup), Regulierungen für Startups (Bsp.: EU-Richtlinien; wie notwendig für Geschäftsmodell)
 - Vor allem bei Abschlussarbeiten auch Tipps bei welchen Datenbanken zu (z.B.) Konsumentenanalysen Studierende suchen können – Bsp. Euromonitor (?)
 - Hinweise auf Studien (OECD-Studien, Mannheimer Innovations-Panel) aber immer spezialisiert auf den Fall (Bsp. Abschlussarbeiten)
 - Keine Kompetenzen in Datenbank-Nutzung an Studenten vermittelt
 - In Zukunft geplant: Kurs für Doktoranden zur Datenbanknutzung, welche unterschiedlichen Datenbanken gibt es, welche Schwierigkeiten gibt es bei Datenbanken und Anbietern, welche Datenbanken es überhaupt gibt, etc.
3. Gibt es Literatur- und Datenbankempfehlungen, die Ihrer Meinung nach für Gründer besonders relevant sind?
 - Markus und Daphne sehr hilfreich
 - Statista sicherlich auch
4. Welcher Service der Bibliothek würde Ihrer Meinung nach einen Mehrwert für Startup-Gründer unter den Alumni der WHU bedeuten?
 - Informationen zu Marktanalysen, Wettbewerbsanalysen, Konsumentenverhalten, Länderprofilen
 - Wenn zeitlich Recherche möglich ist, sicherlich eine gute Sache, allerdings dann kostenpflichtige Dienstleistung (hoher Aufwand)
 - Maske um strukturiert Anfragen zu stellen als Alumni → Tipps, wo was zu finden ist und wie es genutzt werden kann
 - Über Maske eingeben was man sucht (Bsp. Informationen über Markt, wie groß ist der Markt etc.)
 - Industriepakete und Industriereports → anbieten, aber nicht selber erstellen – die Informationen, die hilfreich sind gibt es schon

5. Wie schätzen Sie das Angebot eines Recherche-Services der Bibliothek für Gründer unter den WHU-Alumni ein?
- Gibt bereits Anbieter am Markt die dies tun, warum sollte Bibliothek da versuchen selber etwas anzubieten bzw. warum sollte jemand solche Informationen von Bibliothek anfordern, wenn es bereits Reports gibt, die man erschwinglich einkaufen kann
 - Hilfreich ist lediglich der „kurze Dienstweg“ für Alumni bei alter Hochschulbibliothek
 - Besser Reports kaufen
 - Fraglich, ob mit der Bibliothek die Kompetenz verbunden wird verlässliche Marktanalysen zu erstellen – dazu muss Bibliothek erstmal einen Ruf aufbauen
 - die Sachen, die man als Startup braucht, gibt es in einem Report → Industry Reports → Industrie-Reports über OECD für verschiedene Länder
 - Nächste Detailstufe auch (z.B.) über GfK und Google zusammensuchbar
 - Je nachdem wie gut die Suchstrategien der Alumni sind, ist die Zusammenstellung von Informationen für diese vielleicht hilfreich
 - Auffinden der Informationen nicht die Schwierigkeit (Einschätzung), sondern Vorteil eines solchen Services für Startups wäre eher die Zeitersparnis

Zusatzfrage: Einschätzung Gründeranzahl der WHU? → knapp 450 Gründer

Gedächtnisprotokoll zum Telefonat mit Herrn Prof. Dr. Christoph Hienerth

Donnerstag, 03.08.2017

Expertenmeinung zum Thema Informationsbedarf von Startups

1. Wie würden Sie den Informationsbedarf von Startups einschätzen?
 - Sehr großer Informationsbedarf bei Startups
 - Vor allem seitdem sich Startups in den letzten Jahren mehr zu informationsbasierten und auf Experimenten beruhenden Startups verändert haben
 - Hierzu sind sehr viele Informationen notwendig, auch um einschätzen zu können wie realistisch und begründet die eigene Gründungsidee ist
 - Informationen werden auch benötigt, um Investoren zu überzeugen und zu verdeutlichen, dass man sich ausführlich mit dem Bereich der eigenen Idee auseinandergesetzt hat
 - Für die Präsentation der Idee müssen ebenfalls die richtigen Informationen vorhanden sein und dargestellt werden
2. Wie weit unterstützt das Lehrangebot der WHU zukünftige Gründer bei der Informationssuche?
 - Vor allem über zwei Arten:
 - o 1: in Kursen bekommen Studenten beigebracht, welche Informationen gefragt sind und welche Informationen bei Präsentationen wichtig sind. In den Kursen wird dies vor allem über Fälle vermittelt.
 - o 2: Unterstützung über Bibliothek – sehr gute Bibliothek an der WHU – zum Beispiel Quellen wie Statista. Auch wenn viele Informationen frei verfügbar sind, bietet die Bibliothek die Möglichkeit viel spezieller Abfragen in Industriedatenbanken durchzuführen (Bsp.: Amadeus)
 - Ansonsten wird die Informationssuche auch über die Zusammenarbeit mit der Alumni-Organisation und den persönlichen Tipps von Gründern unter den Absolventen unterstützt. Hier besteht oftmals die Möglichkeit diese zu fragen was gesucht wird und wie am besten präsentiert werden soll.
3. Gibt es Literatur- und Datenbankempfehlungen, die Ihrer Meinung nach für Gründer besonders relevant sind?
 - Für Literatur: Verweis auf Youtube-Channel „Christoph Hienerth“ Videos 5 Tage Sprints – unter 1.Tag „Credits&Books“ alle wichtigen Bücher enthalten

- Für Datenbanken: USA z.B. Crunchbase und techcrunch, Deutsche Gründerszene und Deutsche Startups, ansonsten stark abhängig vom Fachgebiet der Gründungsidee
4. Welcher Service der Bibliothek würde Ihrer Meinung nach einen Mehrwert für Startup-Gründer unter den Alumni der WHU bedeuten?
- Informationen für Gründer zusammenzustellen → sehr schwierig
 - Besser: Vermitteln welche Informationen es gibt und wo für welche Fachbereiche und Themengebiete – wo finde ich was bei Datenbanken
 - Bibliothek hat bereits einen guten Service für Datenbanken – noch intensiver auf Fälle und Themen fokussieren
 - → Verschränkung aufzeigen was von Datenbanken her möglich und was Gründer thematisch brauchen
 - Verantwortung an Bibliothek nicht abgeben → nicht machbar und auch nicht sinnvoll
 - Monatliche oder quartalsweise Reports oder Updates (Wunsch) Diese müssen nicht von Bibliothek selber erstellt werden, sondern lediglich zur Verfügung gestellt werden. Hierbei auf Qualität und hochwertige, regelmäßige Informationen achten.
 - Hochwertige Reports, die es bereits gibt (Bsp. über Crunchbase)
 - Zum Beispiel gab es „Global Entrepreneurship Monitor“ von Kompass (?) – war gut, immer alle Informationen gesammelt, guter Überblick, neue Statistik
 - Oder „Global Startup Hub Monitor“ (?)
5. Wie schätzen Sie das Angebot eines Recherche-Services der Bibliothek für Gründer unter den WHU-Alumni ein?
- Die Verantwortung sollte nicht bei der Bibliothek liegen → deswegen sollten Gründer selber suchen, auch weil man gerne sucht/lieber selber sucht
 - Besser: Datenbanken nach Kategorien und Themen kategorisieren (für Thema x brauchen Sie Datenbank y + z)
 - Information wo man was findet ist wichtiger! Heute schon vorhanden, aber noch präsenter darstellen und präziser formulieren
 - Technische Lösung, wo Begriffe und Themen eingegeben werden können und passende Datenbanken vorgeschlagen werden (Anregung)
 - Wenn die Bibliothek einen Recherche-Service aufbaut wäre dies vermutlich auch mit neuen Personalstellen und einem eigenen Geschäftsmodell verbunden.
 - Alles „on top“ wäre natürlich toll (jeder zusätzliche Service) und aus Gründersicht wünschenswert, aber in der Umsetzung vermutlich schwierig.
 - → Verantwortung der Information und ihrer Qualität und Zuverlässigkeit sollte nicht bei der Bibliothek liegen (sondern beim Gründer verbleiben)

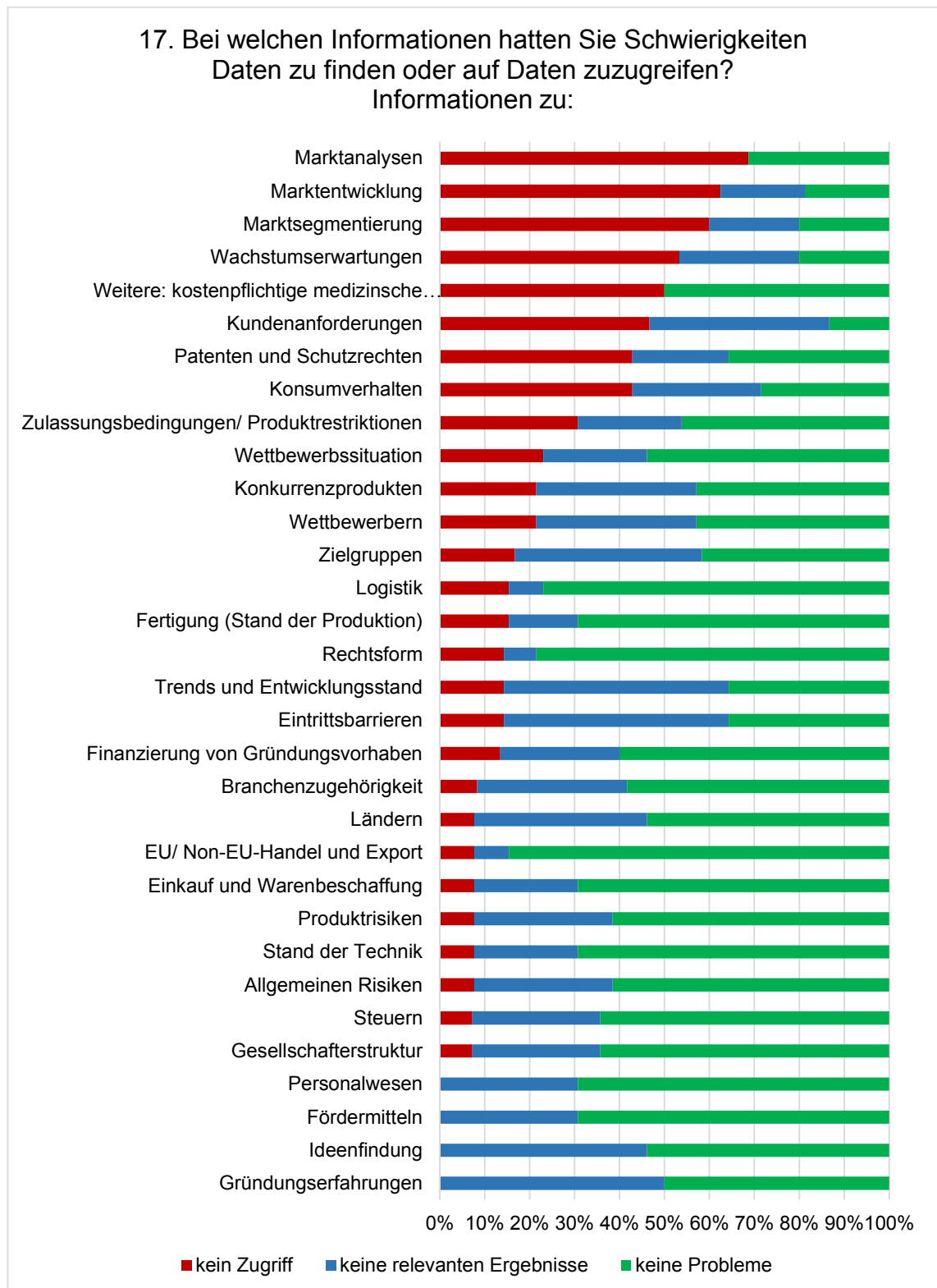
Gedächtnisprotokoll zum Telefonat mit Herrn Prof. Dr. Stefan Spinler

Donnerstag, 08.08.2017

Expertenmeinung zum Thema Informationsbedarf von Startups

1. Wie würden Sie den Informationsbedarf von Startups einschätzen?
 - Bedarf relativ hoch
 - Je besser informiert das Startup-Team ist desto höher ist die Wahrscheinlichkeit zum Erfolg
2. Wie weit unterstützt das Lehrangebot der WHU zukünftige Gründer bei der Informationssuche?
 - Auf eine eingeschränkte Art und Weise:
 - Studenten lernen generell, wo Informationen zu finden sind | Studenten wissen, wo sie suchen müssen (Datenbanken, Internet, ...)
 - Nur relativ wenig spezifisch auf Startups bezogen
3. Gibt es Literatur- und Datenbankempfehlungen, die Ihrer Meinung nach für Gründer besonders relevant sind?
 - Für Empfehlung sind Startups zu unterschiedlich
 - passende Literatur und Datenbanken hängen stark vom Startup bzw. dessen Bereich ab
4. Welcher Service der Bibliothek würde Ihrer Meinung nach einen Mehrwert für Startup-Gründer unter den Alumni der WHU bedeuten?
 - Bibliothek kann Netzwerk über Alumni (und In Praxi) hinaus bieten
 - Informationen bereitstellen, wer sich in welchem Bereich aktuell betätigt
 - Überblick über aktuelle Startup-Aktivitäten bieten (auch wieder über Alumni hinaus)
 - → Marktübersichten für verschiedene Branchen
5. Wie schätzen Sie das Angebot eines Recherche-Services der Bibliothek für Gründer unter den WHU-Alumni ein?
 - Fraglich, ob Bibliothek selber aktiv werden muss
 - Hinweise auf Recherchemöglichkeiten wären ausreichend
 - Bibliothek sollte nicht selber recherchieren, sondern Gründer zum Recherchieren hinführen

Anhang 5: Frage 17 – Schwierigkeiten bei spezifischen Informationen



Anhang 6: Beispiele für Quellen rund um Startups und Unternehmertum

Beispiel-Übersicht Quellen rund um Startups und Unternehmertum

- BayStartUP: <http://www.baystartup.de/>
- Berlin Valley: <https://berlinvalley.com/>
- Best Practice Business: <http://www.best-practice-business.de/>
- Business Insider Deutschland: <http://www.businessinsider.de/>
- Deutsche Startups: <https://www.deutsche-startups.de/>
- Deutscher Startup Monitor: <http://www.deutscherstartupmonitor.de/>
- DIHK Gründerreport: <https://www.dihk.de/themenfelder/gruendung-foerderung/unternehmensgruendung/umfragen-und-prognosen/dihk-gruenderreport>
- European Startup Monitor: <http://europeanstartupmonitor.com/>
- Förderland: <http://www.foerderland.de/>
- Für Gründer: <https://www.fuer-gruender.de/>
- Gründerszene: <https://www.gruenderszene.de/>
- Impulse: <http://www.impulse.de/>
- Internet World Business: <http://www.internetworld.de/>
- Investorszene: <http://www.investorszene.de/>
- Junge Gründer: <http://www.junge-gruender.de/>
- Mein Startup: <https://www.meinstartup.com/>
- StartingUp: <https://www.starting-up.de/>
- Startup Valley News: <https://www.startupvalley.news/de/>
- Venture Capital Magazin: <http://www.vc-magazin.de/>

Anhang 7: Beispiele gründungsrelevanter Literatur

Beispiel: Übersicht gründungsrelevanter Literatur (Empfehlungen von Herrn Prof. Dr. Christoph Hienerth)

- The Startup Owner's Manual – Steve Blank und Bob Dorf
- Business Model Generation – Alexander Osterwalder et al.
- Value Proposition Design – Alexander Osterwalder et al.
- The Lean Startup – Eric Ries
- Lean Analytics – Alistair Croll und Benjamin Yoskovitz
- Running Lean – Ash Maurya
- Competing Against Luck – Clayton M. Christensen
- Financing New Ventures – Geoffrey Gregson
- Get Backed – Evan Loomis
- Resonate – Nancy Duarte

(nach: Youtube-Video „Day1_Credits and Books“ von Christoph Hienerth, <https://www.youtube.com/watch?v=RDhVXrjJpQ0> abgerufen am 22.08.2017)

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne unzulässige Hilfe Dritter und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt wurde.

Die aus anderen Quellen direkt oder indirekt übernommenen Daten und Konzepte sind unter Angabe der Quelle gekennzeichnet. Dies gilt auch für Quellen aus eigenen Arbeiten.

Ich versichere, dass ich diese Arbeit oder nicht zitierte Teile daraus vorher nicht in einem anderen Prüfungsverfahren eingereicht habe.

Mir ist bekannt, dass meine Arbeit zum Zwecke eines Plagiatsabgleichs mittels einer Plagiatserkennungssoftware auf ungekennzeichnete Übernahme von fremdem geistigem Eigentum überprüft werden kann.

Erftstadt, den 29.08.2017



Julia Grefkes